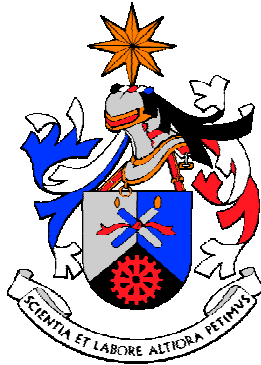


Universidade da Beira Interior

Mestrado em Jornalismo



As Webtelevisões em Portugal: um retrato

Autor: Nuno Ricardo Fernandes

Covilhã, Junho de 2008

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, realizada sob a orientação científica de João Canavilhas, Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior.

À minha mãe, sempre presente

Resumo

O trabalho apresentado sob o título: *As Webtelevisões em Portugal: um retrato*, aborda a emergência recente destas televisões online em Portugal. Estes projectos são na sua maioria ligados às regiões e localidades onde se inserem e nasceram com o intuito de “dar voz” às regiões nas quais se encontram inseridas, procurando assim dar visibilidade a questões que não seriam passíveis de ser abordadas nas principais cadeias de televisão portuguesa.

Apesar da vontade demonstrada em se assumirem como uma nova forma de comunicação, no momento são mais as questões que as webtelevisões colocam que as respostas que dão. Uma das questões é a aparente falta de enquadramento legal do fenómeno na actual Lei da Televisão, a qual pode ser determinante no futuro destes projectos.

Todavia já é possível detectar quais os modelos de funcionamento destes projectos, quais os investimentos efectuados e quais as formas de recuperação financeira utilizadas, e quais as consequências que o investimento acaba por reflectir nos recursos humanos e capacidades técnicas destes projectos.

Abstract

The presented paper beneath the heading: *The webtelevisions in Portugal: a portrait*, approaches the recent emergence of these online televisions in Portugal. These projects are mostly connected to regions and towns where they're inserted and born with the aim to "give a voice" to the regions in which they're inserted, trying to give visibility questions that wouldn't be susceptible of being approached in the major portuguese televisions.

In spite of the showed will in being took as a new way of communication, at the moment, there are more questions to be asked that answers to be given. A question is the apparent lack of legal framing of the phenomenon in the current Television Law, which can be determinant in the future of these projects.

However it's already possible to detect which are the functioning models of these projects, which are the effectuated investments and which ways used to financial recuperation, and which consequences the investment reflects in the human resources nad technical skills of these projects.

Índice

Resumo	4
Abstract.....	5
Introdução	9
1. A televisão pública	10
2. Televisões privadas.....	12
2.1 SIC – Sociedade Independente de Televisão	13
2.2 TVI – Televisão Independente.....	13
3. TV pirata em Portugal	15
4. A Experiência Televisiva Espanhola.....	19
5. Legislação	24
5.1 O caso espanhol	24
5.1.1 Televisões Autonómicas Públicas	27
5.1.2 Televisões locais	29
5.2 O caso português	30
6. As Webtelevisões	33
6.1 Questões técnicas	38
6.2 Questões legislativas	41
6.3 Questões económicas	42
6.4 Panorama actual em Portugal	45
7. O Problema de investigação e Metodologia.....	48
7.1 Perguntas de investigação	48
7.2 Metodologia	49
7.3 Proposta de tipologia para as webtelevisões	50
8. Resultados e discussão	53
8.1 Propriedade	53
8.1.1 Participação de instituições públicas no capital	53
8.1.2 Investimento Inicial.....	54
8.1.3 Custos mensais	55
8.1.4 Receitas	56
8.2 Motivações	56
8.2.1 Criar alternativa aos media tradicionais	56
8.2.2 Atingir públicos alternativos	57
8.2.3 Ter intervenção cívica na região	57
8.2.4 Divulgar a região.....	58

8.2.5	Motivações Políticas	58
8.2.6	Interesse pelas novas tecnologias	59
8.2.7	Modelo de negócio	59
8.3	Recursos Humanos	60
8.3.1	Número de elementos a trabalhar na webtelevisão	60
8.3.2	Número de elementos a desempenhar funções na webtelevisão em exclusivo..	61
8.3.3	Número de jornalistas a trabalhar na webtelevisão	61
8.3.4	Número de técnicos de informática a trabalhar na webtelevisão	62
8.3.5	Número de editores/operadores de câmara a trabalhar na webtelevisão	63
8.3.6	Formação Académica dos Recursos Humanos	63
8.3.7	Formação em televisão	64
8.3.8	Qual o género de formação em televisão	65
8.3.9	Existência de um manual/livro de estilo	65
8.4	Recursos das webtelevisões	66
8.4.1	Formato vídeo	66
8.4.2	Motivos para a utilização do vídeo	67
8.4.3	Base de dados	67
8.4.4	Base de dados desenvolvida ou adquirida	68
8.4.5	Número de Câmaras de filmar	68
8.4.6	Software utilizado na edição de peças	69
8.4.6	Área Ocupada	69
8.5	Opinião nas webtelevisões	70
8.6	Características do site	70
8.6.1	Emissão	70
8.6.2	Receitas	71
8.6.3	Links	71
8.6.4	Comentários	72
8.6.5	Vídeo com texto	72
8.6.6	Actualizações	72
8.6.7	Arquivo	73
8.6.8	Informações úteis	73
8.6.9	Fórum/Chat	74
8.6.10	Contactos	74
8.6.11	Newsletter	75

9. Conclusões.....	76
Bibliografia.....	80
ANEXOS.....	85

Índice de quadros

Quadro nº 1	53
Quadro nº 2	54
Quadro nº 3	54
Quadro nº 4	55
Quadro nº 5	56
Quadro nº 6	57
Quadro nº 7	57
Quadro nº 8	58
Quadro nº 9	58
Quadro nº 10	59
Quadro nº 11	59
Quadro nº 12	59
Quadro nº 13	60
Quadro nº 14	61
Quadro nº 15	62
Quadro nº 16	62
Quadro nº 17	63
Quadro nº 18	64
Quadro nº 19	64
Quadro nº 20	65
Quadro nº 21	66
Quadro nº 22	66
Quadro nº 23	67
Quadro nº 24	67
Quadro nº 25	68
Quadro nº 26	69
Quadro nº 27	69
Quadro nº 28	70
Quadro nº 29	71
Quadro nº 30	71
Quadro nº 31	71
Quadro nº 32	72
Quadro nº 33	72
Quadro nº 34	73
Quadro nº 35	73
Quadro nº 36	74
Quadro nº 37	74
Quadro nº 38	74
Quadro nº 39	75

Introdução

Falar de webtelevisão é falar das muitas incertezas resultantes da emergência do fenómeno em Portugal. O início deste movimento tem muitas semelhanças com os primeiros projectos de televisões regionais e de rádio piratas e, tal como nessa altura, todas as semanas surgem novos projectos. A maioria são webtelevisões de carácter regional/local, mas também aparecem webtelevisões temáticas cuja principal característica é divulgarem apenas um assunto.

Até aos anos noventa, televisão era sinónimo de RTP, pois só nessa altura surgiram as televisões privadas em Portugal. Todavia, na década de 80 o país assistiu ao surgimento de televisão pirata, um fenómeno que não teve seguimento devido a problemas económicos e políticos. Apesar do insucesso, ficou demonstrada a vontade popular de dar voz às regiões em canais de televisão regionais e locais. A emergência das webtelevisões pode ser vista como uma nova tentativa de dar voz às regiões.

Mas haverá espaço para informação televisiva de proximidade e mercado para as webtelevisões? Neste trabalho pretende-se dar resposta a estas questões, abordando o contexto técnico, legislativo e económico, traçando-se ainda um retrato das webtelevisões em Portugal.

Para traçar este retrato foi enviado um inquérito a 44 webtelevisões, tendo os dados recolhidos sido tratados e analisados. Organização, conteúdos, recursos técnicos e humanos e formas de subsistência são alguns dos itens analisados.

Os dados recolhidos apontam para uma vontade das webtelevisões se apresentarem como uma alternativa aos media tradicionais, parecendo ser um dos motivos para a criação destes projectos, mesmo nos casos em que os mesmos são promovidos pelos chamados media tradicionais nas regiões. Ao estarem disponíveis vinte e quatro horas por dia as webtelevisões, especialmente aquelas com características locais e regionais, apresentam uma vantagem relativamente aos jornais e rádios com as mesmas características que não apostam numa presença na Internet.

1. A televisão pública

Em Portugal, tal como no resto da Europa, a história televisiva está fortemente ligada à história da televisão estatal – a Rádio e Televisão de Portugal (RTP) - que recentemente comemorou 50 anos. Ao longo de 34 anos, a RTP assegurou em exclusivo o serviço de televisão através das ondas hertzianas. E, só em plena década de 90 durante o Governo de Cavaco Silva, surgem as estações privadas em Portugal.

No concurso de atribuição de licenças a operadores privados, a Sociedade Independente de Comunicação (SIC) de Francisco Pinto Balsemão, e a Televisão Independente (TVI), ligada à Igreja Católica, foram os projectos escolhidos. Pelo caminho ficou aTV1, encabeçado por Daniel Proença Carvalho.

As primeiras experiências televisivas em Portugal ocorreram nos anos 30. Homens como Abílio Nunes dos Santos, um dos pioneiros das experiências de televisão no país, ou Álvaro de Oliveira, viram as suas experiências esbarrar na oposição do Governo a um novo meio de comunicação. Só no ano de 1946, com a apresentação de um estudo sobre televisão feito por Francisco Bordalo Machado, se inicia “oficialmente” a história da televisão em Portugal. Anos depois, em 1953, Salazar acabaria por autorizar os estudos para a implementação da televisão em Portugal e para tal foi criado o Gabinete de Estudos da Televisão (GAE), com a função de estudar a possível concretização do fenómeno em Portugal. Todos os estudos que este grupo de trabalho efectuou foram sempre controlados pelo Governo (Cádima, 1996).

Apesar dos estudos feitos pelo GAE, o nascimento da televisão em Portugal foi sendo adiado devido às dificuldades reveladas ao longo do projecto e às poucas condições de um trabalho desenvolvido sob o rigoroso controlo do Governo.

É sob a orientação do ministro da Presidência, Marcelo Caetano, considerado o grande impulsionador da televisão em Portugal, que “surge o decreto-lei da concessão para a instalação e exploração” (Cádima, 1996) do serviço público de Televisão. A meio da década de 50, mais precisamente em 1956, iniciam-se finalmente as emissões experimentais da RTP e, um ano depois, em Março de 1957, começam oficialmente as emissões regulares.

Até ao ano de 1978, a televisão pública tinha apenas um único canal de televisão e só nesse ano, sob a égide da administração de João Soares Louro, surge a RTP 2. Com este novo canal chega também à televisão nacional outra novidade, a cor.

Até 1991, os dois canais da estação pública asseguraram em exclusivo a difusão de televisão em Portugal por via hertziana e em Março de 1993 foi assinado pelo governo de Cavaco Silva o contrato de concessão do serviço público de televisão com a RTP através do qual, a televisão pública ficou obrigada a cumprir determinados requisitos específicos de televisão (Cádima, 1996). Este mesmo contrato previa uma programação pautada pelo interesse público, com exigências de qualidade e diversidade de forma a promover o esclarecimento, formação e participação pública. A televisão estatal fica também obrigada a contribuir para a informação, recreio, cultura e educação da população em geral, porém nada era especificado relativamente à programação que o canal apresenta: “não há qualquer tentativa de explicitar o que se pretende dizer com respeito pelo interesse público nem por exigências de qualidade e de diversidade” (Sousa, 2000, 6).

Este contrato de concessão de serviço público de televisão é, ainda hoje, um dos maiores motivos de crítica por parte das estações de televisão privadas à televisão pública, devido à existência de “indemnizações compensatórias” que o Governo entrega à RTP, provocando uma concorrência desleal, relativamente aos privados, já que a RTP recebe dinheiro do Estado para cumprir o Serviço Público e mantém a publicidade. (Cádima, 1996).

Com a chegada das televisões privadas, o *share* do canal 1 da RTP desceu consideravelmente. No primeiro ano sem monopólio, a RTP terminou o ano com 79.8 pontos de share e em 1995 tinha apenas 38.5, tendo sido ultrapassada pela SIC, que terminou esse ano com 41.3 pontos de share. A quebra continuou até 2001, ano em que a RTP apenas obteve 20.1 pontos de share, sendo ultrapassada pela TVI que alcançou nesse ano 31.9 pontos, no entanto em 2007 a RTP recuperou terreno, e os 25.2 pontos permitiram-lhe mesmo ultrapassar a SIC¹.

¹ Dados Marktest cedidos pela SIC

2. Televisões privadas

O panorama da comunicação social portuguesa alterou-se bastante durante os três mandatos de Aníbal Cavaco Silva (1985/ 1995). A um primeiro mandato minoritário sucederem-se dois mandatos maioritários, entre 1987 e 1995, e no primeiro mandato maioritário a comunicação social em Portugal começava a dar mostras de mudança.

A estabilidade económica, fruto do primeiro governo maioritário, contribuiu para a expansão do mercado publicitário. Simultaneamente, o desenvolvimento da tecnologia cabo e satélite permitiram o aparecimento de novos canais de rádio e televisão. Alguns dos meios de comunicação que até aí estavam nas mãos do Estado, tais como rádios e jornais, foram privatizados e todo o sector radiofónico foi reorganizado, sendo atribuídas licenças a rádios locais e regionais que até aí funcionavam na ilegalidade (Sousa, 2000).

Após as mudanças ocorridas na imprensa escrita e na rádio, o governo de Cavaco Silva aprovou as bases legais para a criação de mais duas estações de televisão em Portugal. Esta decisão na época, causou controvérsia e originou a discussão sobre a capacidade do mercado publicitário poder ou não, suportar os dois novos canais televisivos que iriam surgir no mercado, uma vez que os dois canais da RTP passavam publicidade durante as suas emissões (Cádima, 1996). Este cepticismo relativamente ao mercado publicitário ainda hoje se mantém quando se fala do quinto canal que a TDT irá proporcionar.

Como já foi referido no ponto anterior, as duas licenças foram atribuídas: à SIC, do grupo Impresa, e à Quatro (actual TVI), com fortes ligações à Rádio Renascença, Universidade Católica Portuguesa e União das Misericórdias.

A decisão foi aquela que o Governo considerou como menos gravosa no âmbito político apesar do parecer elaborado pela AACS ser inconclusivo “O Governo decidiu depois de ponderar o parecer (inconclusivo) da Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS)” (Martins, 2006, 1). De referir que nenhum dos projectos foi

seleccionado pela AACCS, que se limitou a atribuir-lhes uma classificação: O projecto apresentado pela SIC foi considerado “equilibrado”, o da TVI “modesto” e o da TV1 foi considerado um projecto “deliberadamente ousado” (Martins, 2006).

2.1 SIC – Sociedade Independente de Televisão

A SIC, primeira televisão privada a surgir em Portugal, iniciou as suas emissões televisivas a 6 de Outubro de 1992. Ao longo do primeiro ano, as audiências cresceram e a estação de Francisco Pinto Balsemão acabou o primeiro ano como a segunda televisão mais vista em Portugal, cabendo o primeiro lugar à RTP1, com uma média de 20% de espectadores.

A SIC, e o seu director de informação, Emídio Rangel, rapidamente se transformou num case-study devido ao rápido sucesso do projecto e à velocidade com que atingiu a liderança das audiências em Portugal. No primeiro ano de emissão, a SIC obteve um share 2.1 pontos, em 1993 já tinha 14.4, tendo continuado a subir até 1997, ano em que atingiu os 49.3 pontos de share.

A partir do ano de 1998 o share da estação iniciou uma queda contínua e em 2001, e pela primeira vez desde 1995, a SIC baixou dos 40 pontos. Em 2004 obteve apenas 29.3 e em 2007 registou 25.1 pontos de share. De Janeiro a Maio, de 2008, regista-se uma pequena subida para os 26.1 pontos de share².

No dia 8 de Janeiro de 2001, a SIC lançou o primeiro canal temático na rede cabo, com o arranque das emissões da SIC Notícias. A 23 de Abril de 2001 surge o segundo canal temático da responsabilidade da SIC, a SIC Radical, um canal dirigido à faixa etária entre os 15 e 34 anos (Pinto, 2008).

2.2 TVI – Televisão Independente

A TVI iniciou as emissões no dia 20 de Fevereiro de 1993 e rapidamente mostrou diferenças e dificuldades face ao projecto apresentado pela SIC. As dificuldades de afirmação do canal resultantes de opções editoriais erradas acabaram por se repercutir na rentabilidade financeira do projecto. TVI e SIC eram financiadas

² Dados Marketest cedidos pela SIC

pelas receitas publicitárias, pelo que as audiências sólidas eram fundamentais para o sucesso dos dois projectos televisivos (Quintero, 1996).

Ao longo dos primeiros anos de vida do canal foram notórias as dificuldades em encontrar um rumo próprio e nem a aposta na contratação de apresentadores com carisma vindos de outros canais surtiram efeito.

A TVI termina o seu primeiro ano com 6.7 de share, sobe entretanto para os 14.7 pontos no ano seguinte e, volta a subir para os 14.9 pontos, em 1995. Nos dois anos seguintes registou-se uma quebra de audiências, terminando 1997 com 12 pontos. De 1997 a 1999 as audiências sobem novamente para 16.4 pontos de share.

Só em 1998 a história da TVI se alteraria. A televisão que até aí ocupava o terceiro lugar em termos de audiências, contrata José Eduardo Moniz e a partir desse ano assiste-se à alteração de rumo editorial para uma via mais popular, alteração essa que coincide com o início do programa Big Brother (4 de Setembro de 2000), e com a aposta em telenovelas e séries de produção portuguesa. A TVI terminaria o ano de 2000 com 20.8 pontos de share e poucos meses depois passaria de 3ª estação a líder de televisão em Portugal, situação que se mantém até hoje.

O partir do ano de 2000, a TVI nunca mais desceu abaixo dos 28 pontos de share, tendo atingido, em 2001, 31.9 pontos. Em 2008 (dados entre Janeiro e Maio) a TVI obtém 29.5 pontos de share³.

³ Dados Marktest cedidos pela SIC

3. TV pirata em Portugal

Anos antes do surgimento das estações de televisão privadas, o país assistiu a várias experiências de carácter local e regional. Estas emissões tinham entre elas um denominador comum: a ilegalidade. As primeiras televisões com características locais e regionais surgiram nos primeiros anos da década de 80. A maioria destas experiências ocorreu maioritariamente na zona sul e litoral do país, com destaque para a região da grande Lisboa.

Contrariamente ao que aconteceu em Espanha, estas televisões nunca se tornaram projectos sólidos e consistentes devido à forte fiscalização. As autoridades defenderam sempre que o encerramento destas televisões era necessário devido à escassez de frequências hertzianas disponíveis (Vacas, 2005)

Para além da ilegalidade, e consequente fragilidade que esta situação provocava aos projectos logo no seu início, estas televisões piratas tinham outro ponto em comum: todas apresentavam enormes dificuldades a nível económico e profissional já que todos os projectos que surgiram eram dinamizados por entusiastas sem qualquer formação em televisão, num processo semelhante ao das rádios locais, mas com uma maior exigência em termos de conhecimentos técnicos.

Os movimentos ilegais de rádio pirata e televisão surgiram praticamente na mesma altura, embora em Portugal tenham aparecido mais tarde do que na maior parte dos países europeus. A coincidência destes movimentos não trouxe benefícios aos projectos de televisões locais e regionais “que surgiram na sequência do esforço de legalização das rádios locais” (Mota, 2002, 115) e rapidamente desapareceram.

Uma das razões que levou à falência destes projectos foi o facto dos seus impulsionadores estarem quase sempre ligados a projectos de rádios pirata. Como os custos de materiais e manutenção quer duma televisão, quer duma rádio são elevados, a opção foi sempre pelo projecto da rádio que financeiramente era mais viável. Para além disso, uma rádio podia mudar o seu local de emissão mais facilmente, um factor

importante quando as perseguições Estatais – através dos CTT/TLP – eram constantes, multando os promotores e apreendendo os equipamentos.

Também o associativismo neste caso a falta dele, foi um factor decisivo para o fim dos projectos televisivos: se as rádios pirata se uniram para pressionar o Governo a legalizar os seus projectos, o mesmo não se pode dizer dos projectos televisivos, já que não lograram obter essa união, apesar de terem existido tentativas.

Apesar de todas as contrariedades já referidas, a falta de apoio político terá sido a maior dificuldade com que estes pioneiros das televisões locais se depararam. “Ao desaparecimento de experiências frágeis, concretizadas por curiosos e voluntários de que os poderes locais se tornaram, nalguns casos, cúmplices, num primeiro momento, mas de que se divorciaram quando estes projectos apresentaram sinais de desagregação” (Coelho; 2003, 153). Se num primeiro instante muitos dos projectos foram apoiados pelos poderes locais, no segundo instante esse mesmo apoio foi desaparecendo. Para isso muito contribuiu o desinteresse do Governo e da própria televisão pública, que não queria perder a exclusividade das emissões por ondas hertzianas. A RTP processou, entre outros projectos, os impulsionadores da TVN, Televisão Regional do Norte, depois destes terem efectuado uma emissão a partir do terraço do Jornal de Notícias, no Porto. Apesar da possibilidade de serem processados, a vontade de desafiar o poder político e a legislação em vigor na época e acessibilidade aos meios técnicos foram fundamentais para o nascer dos vários projectos de televisões regionais e locais em Portugal (Coelho; 2003, 153).

Além dos processos, o Estado utilizou outros mecanismos para silenciar todas estas tentativas de criação de televisões locais. Os Serviços de Fiscalização Radioeléctricas encerraram um pouco por todo o país dezenas de emissões consideradas “pirata”. Apesar da fiscalização e perseguição de que eram alvo, estes canais foram “projectos voluntariosos e persistentes, que em alguns casos tiveram um impacto significativo nas populações” (Mota, 2002, 120)

Mas a história da televisão regional e local em Portugal não se resume ao movimento das televisões pirata. Existem outras experiências, mormente as televisões

regionais sob alçada do serviço público (RTP Madeira e RTP Açores), as únicas a operar em território nacional com o aval do Estado por via hertziana.

Além dos dois canais nacionais, e destes dois canais autonómicos surgidos em 1986, a RTP criou em 1989 o centro regional do Porto e diversos centros regionais no interior do país com recursos técnicos e humanos para efectuar emissões em regime de desdobramento. Na prática, estes espaços concretizavam entre 10 e 20 minutos de emissão própria, mas foram “vítimas da não renovação de contratos” (Mota, 2005, 116) e os centros regionais “foram praticamente extintos” (Coelho, 2003, 149) em Dezembro de 2002, fruto da reestruturação que a televisão estatal sofreu durante a direcção de Almerindo Marques. A reestruturação retirou aos centros a capacidade humana para continuar as emissões desdobradas devido a razões económicas, esquecendo “a mais valia social que tal programação representava para cada uma das sete regiões contempladas” (Coelho, 2003, 149).

A emissão regional da RTP foi reestruturada e mantém-se em antena ainda hoje, antes do Telejornal, com a denominação de "Portugal em Directo", um programa diário de uma hora que dá destaque aos acontecimentos regionais.

Existiram ainda outras tentativas para criar canais regionais em Portugal, desta vez no Cabo, mas estas experiências foram “apostas comerciais (ambas falhadas) do principal operador de telecomunicações português (Mota, 2008). Estes dois canais eram dirigidos aos públicos de duas áreas metropolitanas, um na região metropolitana de Lisboa (CNL), outro na região metropolitana do Porto (NTV) e “não passaram, na realidade, de canais de âmbito nacional com vocação regional, uma vez que a emissão regional nunca foi regulamentada” (Mota, 2002, 119).

O CNL, Canal de Notícias de Lisboa, iniciou as suas emissões a 15 de Setembro de 1999, mas teve uma curta existência até ser vendido ao grupo Impresa, proprietária da SIC. O nome foi alterado para SIC Notícias, o primeiro canal nacional de informação, cujas emissões se iniciaram no dia 8 de Janeiro de 2001.

Depois da experiência falhada do CNL, a TV Cabo, continuou com o projecto da NTV, Norte Televisão, que iniciou as emissões em 15 de Novembro de 2002. Este projecto era participado em 25% pela RTP. Tal como o CNL, este canal teve uma breve

duração e sempre envolta em polémica. Entre “mudanças de directores, dificuldades financeiras” (Mota, 2005,119) e muita instabilidade, em 28 de Outubro de 2002 a NTV e a RTP passaram a partilhar a redacção e a 31 de Maio de 2004 completa-se a alteração, com o canal regional NTV a passar totalmente para a órbita da RTP e mudando a designação para RTP N. Apesar do insucesso destes dois canais regionais, foram criados na região do Porto mais dois, também eles com transmissão exclusiva nas redes cabo: o Porto Canal e o Região Norte Televisão, que sucedeu ao extinto Invicta TV.

A descentralização televisiva em Portugal teve dois momentos: o primeiro, fruto das iniciativas da sociedade civil, terminou com o chumbo à regionalização no referendo de 1998; o segundo, com a criação de televisões regionais na rede cabo apenas como estratégia comercial, projectos que rapidamente foram abandonados (Mota, 2002).

Embora fosse reconhecido que o público queria uma televisão centrada na sua região, existia o medo da “proliferação anárquica de canais” (Mota, 2002, 121) tal como tinha sucedido com o fenómeno das rádios locais. O enquadramento legal destes canais nunca foi, porém, uma prioridade política dos sucessivos responsáveis (Mota, 2002; Coelho, 2003).

Somente em 1990 foi reconhecida pela primeira vez a cobertura televisiva regional, embora ficasse claro que a prioridade seria dada a canais de âmbito nacional. Em 1998, a nova lei continua a reconhecer a cobertura regional e local, mas também remete para uma posterior regulamentação, situação que ainda não ocorreu. Nas diversas revisões que a Lei da Televisão sofreu, a televisão de âmbito regional e Local permaneceu sempre em suspenso (Mota, 2002).

4. A Experiência Televisiva Espanhola

Para se entender o ainda recente fenómeno das webtelevisões com carácter local e regional em Portugal, é fundamental entender a experiência televisiva ocorrida em Espanha, já que em Portugal, como se viu, o processo redundou em nada. A experiência espanhola teve por base a experiência das televisões locais e regionais de carácter privado, mas também projectos televisivos que nasceram no seio dos governos regionais. Esta vasta experiência é importante para se entender o fenómeno das webtelevisões em Portugal, embora seja necessário fazer a ressalva da existência de vários pontos que afastam estas duas experiências televisivas.

Apesar dos inúmeros obstáculos que a Lei Espanhola impunha à vontade popular de criar novos projectos televisivos, o panorama era bastante diverso relativamente àquele que se vivia em Portugal na mesma época. Além das naturais dificuldades económicas, os projectos de televisão viviam também sob um rigoroso controlo governamental que estrangulava todos os projectos de televisões locais e regionais que iam surgindo no Portugal. No caso espanhol, o processo resumiu-se a três grandes momentos: uma primeira fase que coincidiu com as experiências televisivas a nível local, fruto da vontade popular, sem que existisse nenhuma disposição legal que ordenasse o sector; um segundo momento, sob alçada do governo de Filipe González, que aprovou a legislação que permitiu ao sector começar a regular-se; e finalmente com a ascensão do Partido Popular ao poder, que acabou por consumir a reordenação de todo o sistema audiovisual espanhol (Matos, 2004).

Nos primeiros tempos em que televisões locais e regionais funcionaram ilegalmente, a situação era idêntica à vivida em Portugal. Com as diversas leis que entretanto foram sendo aprovadas, primeiro pelo Governo de Filipe González e posteriormente pelo Governo de José Maria Aznar, as televisões locais e regionais em Espanha tornaram-se legais e conseguiram desta forma assegurar a sua sobrevivência, situação que as suas congéneres portuguesas nunca alcançaram. Em Portugal, as experiências televisivas nunca passaram da primeira fase, a fase da ilegalidade.

As primeiras televisões de âmbito local surgiram na região da Catalunha e toda a estratégia de programação assentava em duas características: conteúdos com uma forte componente de proximidade à comunidade na qual se encontravam inseridas as emissões efectuadas normalmente na língua utilizada na região. Estas características fizeram com que o apoio político se tornasse uma realidade, não só através de meios financeiros, mas também através de material técnico. Estes pormenores, de conteúdos de proximidade, utilização da língua regional, acabaram por aproximar a comunidade dos projectos fazendo com que estes se afirmassem perante os telespectadores e, consequentemente, ganhassem visibilidade junto dos anunciantes.

Todavia, para o aparecimento destas televisões com carácter local/regional foi necessário que ocorressem não só alterações legislativas, mas também acontecimentos históricos. A morte do General Francisco Franco, que até aí tinha gerido os destinos do país com pulso de ferro, foi determinante para as transformações que posteriormente ocorreram em Espanha e que “afecto múltiples facetas e instituciones” (Albornoz, 2002, 1).

Estas mudanças acabaram por se reflectir no movimento que surgiu a par do fenómeno das rádios municipais, as televisões locais e regionais. Surgiu assim a necessidade das populações conseguirem novos canais de comunicação que informassem e transmitissem a cultura e a língua próprias das regiões nas quais estas televisões se encontravam inseridas.

A “alegalidade” foi a forma de contornar os buracos legais que existiam na legislação espanhola e esta situação foi amplamente aproveitada pelas comunidades locais catalãs, apesar do Governo central ter desencadeado diversas acções de proibição e encerramento de algumas estações de televisão locais na região. Ainda assim, o fenómeno alastrou-se rapidamente pela região da Catalunha, tornando estes projectos bastante populares junto das comunidades nas quais estes se encontravam inseridos. Esta crescente popularidade dos projectos também acabou por dificultar a acção do Governo, já que a perseguição a estes projectos tornava o Governo mais impopular e, perante esta situação, a tolerância ganhou terreno. Fechar os olhos à ilegalidade foi um dos caminhos escolhidos pelo Governo central, mas também pelos regionais e municipais. Nalguns casos, os Governos regionais optaram por criar legislação para

legalizarem estes projectos ou eles próprios avançaram com projectos televisivos. Mesmo ilegais, algumas televisões recebiam apoio oficial dos Governos Municipais e Regionais, apoio que podia ser directo, através de subvenções, ou indirecto, através da compra de materiais.

Um estudo elaborado por Moragas e Prado, em 1991, detectou a existência de 101 experiências televisivas na Catalunha no ano de realização do estudo. Apesar da incerteza, os dados apontam para que o número das televisões locais em Espanha varie actualmente entre os 1200 e os 1500 (Matos, 2004).

Durante os anos 80, as televisões locais e regionais em Espanha foram sendo legalizadas. Para que isso sucedesse, foi fundamental a criação de meios de comunicação públicos pelos governos autonómicos espanhóis. "La creación por parte de los gobiernos autonómicos españoles de medios de comunicación públicos, fundamentalmente de radio y televisión, tuvo su momento cumbre en la década de los 80, etapa en la que se consolidó la descentralización política y este proceso también se trasladó a los medios de comunicación" (Turmo, 2005, 95).

Para o aparecimento destas televisões foi crucial o envolvimento político dos responsáveis regionais que desta forma evitaram a possível asfixia cultural e televisiva. O envolvimento político "impulsou de maneira decisiva o desenrolo das televisións nas rexións, aparada e creada na maioría dos casos polo iniciativa privada" (Tenreiro, 2004, 58) e permitiu o aparecimento de meios para a defesa da cultura e da língua locais.

Em grande parte dos casos a primeira emissão destas televisões locais era na realidade a emissão experimental devido à inexistência prévia de um período de ensaios e correcções, consequentemente era a partir da primeira emissão que se corrigiam os erros e se apostava em novas experiências.

As festas ocorridas nas localidades foram em muitos dos casos o primeiro passo para a criação da televisão local, e o papel de produtoras de audiovisuais nestes projectos foi preponderante. Sob a égide destas festas, aquelas produtoras audiovisuais lançavam a televisão local, difundindo e produzindo reportagens sobre a festividade

com recurso a ecrãs gigantes ou em alguns casos específicos, recorrendo às redes de distribuição cabo locais.

A área informativa é a aposta essencial destas televisões locais, em que se dá amplo destaque à informação local e onde também se realizam debates em que “puntualmente son invitados personajes ajenados a la localidad para participar en programas de debate” (Moragas, 1991, 14).

Na produção destes conteúdos locais foram detectados, no estudo de Garataonandia e Moragas (1991), sem qualquer espécie de distinção, profissionais da comunicação e amadores, “en los modelos de televisión definidos como comunitarios tienen una mayor presencia los productores no profesionales. No se trata únicamente del acceso ocasional a la producción, sino del acceso programado, por turno, de grupos de “aficionados”. (Moragas, 1991, 12).

A vontade das comunidades na existência de televisões locais levou a que certos projectos surgissem devido a bairrismos e a mimetismo: “cierto espíritu mimético, especialmente entre poblaciones vecinas, que se razona de esta forma: “Se X, Y e Z ya tiene su televisión por qué nosotros no?” (Moragas, 1991, 22).

Mas nem todas as televisões locais nasceram da iniciativa privada ou da vontade comunitária. Em alguns casos foram detectadas emissoras que foram promovidas directamente pelos municípios, embora na maior parte dos casos o apoio financeiro do município tenha sido a solução mais recorrente (Moragas, 1991, 20). A aproximação do poder político a estas televisões locais é clara nalguns casos; em Vallirana, o promotor do canal local foi posteriormente contratado pela própria câmara para a dinamização do projecto da televisão municipal (Moragas, 1991). O estudo concluiu que, independentemente da cor política, em nenhum caso foi negado o apoio solicitado pelas televisões locais.

No estudo efectuado (Moragas, 1991) foram identificados quatro grupos de televisões locais:

- a) Televisões locais via cabo com produção externa

b) Televisões locais comerciais via hertziana, c) televisões locais comunitárias via hertziana

d) Televisões locais comunitárias via cabo,

Estas podem ainda ser agrupadas de acordo com três tipos de modelo financeiro:

a) Financiadas apenas pela publicidade

b) Financiadas por instituições públicas e publicidade

c) Financiadas por instituições sem qualquer objectivo de lucro.

As televisões locais tiveram um início ilegal ou alega l contudo foram as herdeiras directas das primeiras rádios livres e o seu livre acesso foi efectuado em nome das liberdades democráticas (Moragas, 1991) indo ao encontro da vontade da comunidade na qual se encontram inseridas.

5. Legislação

Aquando do surgimento dos primeiros projectos de televisão local e regional em Portugal e Espanha, o seu principal objectivo passava pelo desenvolvimento e defesa da cultura e língua regionais. Como se viu no capítulo anterior, no caso de Espanha foi fundamental a participação dos responsáveis políticos nestes projectos através de apoios económicos e da aposta em televisões e rádios próprias. Para que tal sucedesse, os Governos Autónomicos anteciparam-se ao Governo central, avançando com legislação regional para que estes meios de comunicação ficassem legais perante o Governo Autónomico.

Em Portugal, apesar de num primeiro momento ter existido o apoio de algumas autarquias aos projectos de televisões locais e regionais, rapidamente o mesmo se desvaneceu, acontecendo o mesmo aos projectos televisivos. Se em Espanha o envolvimento político foi essencial para a legalização das televisões locais, em Portugal as televisões locais e regionais a emitir por via hertziana ou cabo nunca se tornaram uma verdadeira realidade, fruto do reduzido envolvimento e interesse da classe política no assunto.

5.1 O caso espanhol

Desde o início, o Governo espanhol procurou legislar para regular as emissões. De todas as leis, destacam-se duas:

- A lei do *Estatuto Jurídico da Rádio e Televisão* foi, na prática, a primeira lei a reconhecer os serviços de rádio e de televisão como um serviço público essencial que deve ser propriedade do Estado. A lei dava poderes legais às diversas Comunidades Autónomicas para a criar e gerir os seus próprios canais de televisão, porém a Lei referia que embora estes canais dependessem dos Governos das Comunidades Autónomicas, teriam de ter o reconhecimento e aprovação do Governo Central. A lei previa também a própria descentralização da emissão por parte da televisão Estatal através de centros territoriais da TVE, e ainda o aparecimento de “radio y televisión autonómicas dependientes de las comunidades autónomas. No obstante, éste era unicamente un primer paso que debía consolidarse posteriormente com otra ley, la que

regulara la concesión de canales a las administraciones autonómicas” (Turmo, 2004, 96).

- A lei que iria reconhecer o direito às Comunidades Autónómicas de possuírem e gerirem os seus próprios canais de rádios e de televisão surgiu em 1983 e ficou conhecida pela *Lei dos Terceiros Canais*. Esta lei foi fulcral para que surgissem os meios de comunicação social públicos das Comunidades Autónómicas, se bem que nalguns casos, como o Catalão e o Basco, a lei chegou depois do início das emissões destas televisões regionais públicas que iniciaram as suas emissões sem autorização prévia do Governo central: "algunas, como es el caso de Cataluña y Euskadi, ya habían comenzado sus emisiones de forma ilegal" (Turmo, 2005, 96). Ao autorizarem o início das emissões das respectivas televisões, os governos autonómicos pressionaram o Governo Central a aprovar e a regular as emissões destas televisões, "aspecto que se convirtió en una medida de presión para regular esta descentralización comunicativa" (Turmo, 2005, 96).

Tal como em Portugal, os primeiros anos da televisão em Espanha ficaram marcados pelo seu carácter excessivamente centralista. No ano de 1988 foi aprovada a Lei da Televisão Privada, o que possibilitou a criação dos canais privados televisivos no país vizinho. Contudo, a verdadeira descentralização televisiva ocorreu anos antes, em 1982, com o surgir do primeiro canal regional público apoiado e criado por uma Comunidade Autónómica, a Euskal Telebista, no País Basco. O surgir deste projecto televisivo foi fundamental para o Governo Central aprovar a Lei dos Terceiros Canais (Tenreiro, 2004), já que esta Lei autorizava a criação de um terceiro canal estatal em cada região autonómica, fruto da confluência "de factores de variada índole: lingüísticos, políticos, sociológicos y económicos" (Vacas, 2005, 95).

A constituição Espanhola prevê o direito de cada região aprovar, criar, gerir rádios e televisões que defendam não só a língua, a cultura, mas também as diferentes regiões que constituem o Estado (Tenreiro, 2004). Tal como o País Basco, os diversos governos autonómicos acabaram por criar meios de comunicação social públicos com características regionais. Foi durante a década de 80 que a descentralização política ocorreu em Espanha, como consequência a descentralização também abrangeu a parte informativa e os novos meios de comunicação acabaram por surgir (Turmo, 2004).

Apesar deste forte movimento registado nos anos 80, nalgumas regiões espanholas, como a Extremadura, as Astúrias e Aragão, o fenómeno das televisões públicas autonómicas só começaria no ano 2000.

Muitos destes projectos televisivos eram inicialmente apoiados e sustentados por grupos privados de comunicação, como o Grupo Prisa. Este modelo de grupos privados acabou por diminuir a importância dos interesses locais nas rádios e televisões, mas foi um modelo que trouxe alguns benefícios: "Es cierto que este modelo rompe, en parte, el espíritu inicial de las radios y las televisiones autonómicas, pero permite que económicamente estos nuevos canales puedan ser desarrollados en territorios con baja población y recursos más limitados" (Turmo, 2004, 95).

A mudança de Governo, com a vitória do PP nas eleições legislativas espanholas, implicou enormes alterações à lei que tinha sido aprovada pelo PSOE. O novo projecto apresentado implicava o fim do carácter de Serviço Público das televisões locais: "el Proyecto de Ley propone la supresión del carácter de servicio público de la televisión local, con lo que los operadores no necesitarían de una concesión." (Matos 2004, 18). Para além desta alteração à lei de 1995, o PP pôs fim à publicidade comercial nas televisões públicas. A confusão instalou-se e algumas das comunidades autónomas começaram a aplicar a lei de 1995, com alterações aprovadas apenas na comunidade.

As sanções, que até aí existiam apenas para punir a ocupação do espectro radioelétrico foram outra das alterações presentes na Lei. O Governo do PP não aplicou a Lei 41/1995 e iniciou-se uma nova vaga de televisões locais. "La televisión local empezó a convertirse en tierra de nadie y las ocupaciones de frecuencia se multiplicaron ante la falta de sanciones y con la ausencia de normativa para emitir legalmente" (Matos, 2004, 18). A falta de fiscalização permitiu o aumento do número de televisões locais em Espanha. No período em que alegadamente não podiam surgir novas televisões locais (1995/ 2002) "se crearon más emisoras – aun cuando en teoría no estaba permitido hacerlo – que en los primeros 14 años de existencia de este tipo de estaciones" (Matos, 2004, 18). Até Dezembro de 2002 não foi aprovada qualquer alteração à lei de 1995 e todos as televisões que surgiram nesse período foram consideradas "alegais". Apesar do número de novos projectos aumentar a partir de 1999 o número de sanções diminuiu de forma significativa (Matos, 2004).

Em 2002, a Lei foi mais uma vez alterada, tendo sido introduzidas modificações que afectaram a televisão local que emite por ondas hertzianas. Estas alterações obrigam as televisões locais a adaptarem-se à TDT, mudança complicada devido aos prazos impostos e às implicações financeiras que a mudança acarreta (Cantos, 2005).

Como observamos o sistema televisivo espanhol sofreu profundas alterações desde a década de 80. Do monopólio Estatal, com uma concepção claramente centralista na programação e na emissão, assistiu-se a profundas alterações no sistema televisivo espanhol, com o surgir dos privados, das televisões autonómicas e das televisões locais.

Apesar desta diversidade de oferta que o sector disponibiliza, o elevado número de projectos coloca em risco a sobrevivência dos canais locais. Estes competem, em desigualdades de circunstâncias, com os restantes operadores presentes no mercado televisivo (Cantos, 2005).

5.1.1 Televisões Autonómicas Públicas

Na altura em que a televisão Estatal espanhola começou a efectuar uma descentralização das suas emissões, nasceram os primeiros canais de cobertura autonómica, uma consequência das mudanças políticas que ocorreram em Espanha: após a morte de Franco foi aprovada uma nova Constituição (1978) que reconhecia o direito à autonomia das Comunidades e legalizava a descentralização política, criando dezassete Comunidades Autónomas.

Actualmente, as corporações de Rádios e Televisões Autonómicas de carácter público existentes em Espanha são uma realidade e nasceram, tal como as televisões locais privadas, da vontade em defender a língua, cultura e características regionais. O trabalho apresentado por estas televisões assenta por isso mesmo nas premissas que levaram à sua criação oferecendo por isso uma programação na qual a proximidade, a defesa da língua, a defesa da cultura e da identidade regional estão sempre presentes. O canal da região da Galiza, a TVG, é disso um claro exemplo: desde o início das emissões esta televisão pretendeu proporcionar à região Galega um meio de defesa e normalização do idioma galego, da sua cultura e procurou ajudar na construção da identidade galega, sendo considerado como um "motor dinamizador da indústria

audiovisual na rexión, con capacidade para crear novos postos de traballo e aumentar o volumen de negocio" (Tenreiro, 2004, 59).

Apesar da ligação aos respectivos Governos Autónomos, estas televisões são vistas como formas de comunicação de proximidade e de aproximação às populações “Debe entenderse en el caso fundamentalmente de Cataluña y Euskadi en menor medida también en Galicia que las radios y televisiones públicas autonómicas fueron un elemento de reincorporación a la vida pública de sus lenguas propias (Turmo, 2005, 3).

Porém encontraram-se dicotomias em Espanha relativamente às televisões públicas autónomas; no caso do país Basco, a televisão autónoma sempre foi observada como uma forma clara de defesa da língua e cultura. Em outras regiões a aposta foi idêntica à experiência Basca; as comunidades com um idioma próprio apostaram no desenvolvimento de uma televisão autónoma também como um instrumento de normalização e defesa, da língua e da cultura. Contudo estes motivos não foram um exclusivo, a vontade política foi também ela essencial, “contar también com las motivaciones políticas de los Gobiernos nacionalistas” (Vacas, 2005, 91).

Por seu lado na Catalunha, a televisão autónoma era vista, não só como uma forma de defesa da língua e cultura, mas também como uma forma de dotar a região de um espaço televisivo próprio.

Com a legalização, muitas comunidades apostaram na criação de televisões autónomas, porém muitos destes projectos acabaram devido a problemas políticos e a dificuldades económicas. Actualmente alguns desses projectos foram reactivados ou recriados, apresentando contudo algumas diferenças relativamente ao passado. Para tal algumas regiões procuraram o apoio de grupos de comunicação privados para os reactivar e concretizar os seus objectivos. Este apoio no sector privado foi sustentado ou na contratação de empresas externas, ou na união a grupos privados de comunicação já instalados na região. Este novo modelo de televisão pública autónoma veio introduzir uma novidade no formato até então apresentado, “rompe, en parte, el espíritu inicial de las radios y las televisiones autonómicas, pero que permite que económicamente estos nuevos canales puedan ser desarrollados em territorios com baja población y recursos más limitados” (Turmo, 2005, 95). Esta aliança entre o sector público e o sector privado

apresentou-se como uma nova forma das Comunidades Autónomas disporem de uma televisão pública autónoma.

Actualmente, o mapa televisivo espanhol está diferente do mapa que era apresentado no início da década de 80. As comunidades autonómicas foram determinantes para as alterações mudanças sociais e políticas ocorridas em Espanha e permitiram “consolidar los estados autonómicos y a enriquecer el panorama audiovisual español” (Albornoz, 2002, 15). A aposta das Comunidades Autónomas em meios de comunicação próprios veio trazer benefícios também ao surgimento de novos projectos de comunicação de proximidade de índole privada. Estes projectos privados beneficiariam primeiro do insucesso dos projectos de Televisões de algumas Comunidades Autónomas e posteriormente foram os parceiros preferenciais no momento em que o sector público voltou a apostar nas Televisões Autónomas Públicas, como observamos (Turmo, 2005).

As televisões autonómicas públicas devido ao seu modelo de organização acabaram por gozar de uma dupla independência, tanto ao nível económico como a nível político, devido ao facto de lhe ter sido permitido apresentar um papel essencial no desenvolvimento que a sociedade espanhola sofreu (Albornoz, 2002).

5.1.2 Televisões locais

A RTV de Cardedeu, uma televisão situada numa localidade de pequenas dimensões perto de Barcelona, foi a primeira a quebrar o monopólio estatal televisivo em Espanha. As dificuldades com que se deparou foram diversas desde as primeiras emissões experimentais, devido à pressão que a intervenção da administração autonómica moveu ao tentar “intenta vehicular este medio de comunicación según los intereses politico-culturales del nuevo poder territorial” (Cantos, 2005, 17).

A experiência da RTV Cardedeu rapidamente foi replicada nas restantes regiões espanholas; deste modo a comunicação local e neste caso em particular a televisão local desde cedo se assumiu como um meio de comunicação social com claras preocupações de serviço público às populações, junto do seu espaço de cobertura (Cantos, 2005). Esta preocupação fez com que “la información local se manifiesta como una condición indispensable de la participación democrática” (Moragas, 1991, 14), despertando assim

desta forma o interesse junto da população devido ao carácter de proximidade das televisões locais.

Embora a legislação espanhola não contemplasse este género de emissoras televisivas, na realidade também não as proibia. Esta lacuna foi aproveitada pelas emissoras que se passaram a denominar “alegais” (Moragas, 1991), efectuando a sua transmissão por via hertziana ou via cabo, com destaque para a via hertziana. O estudo efectuado na região Catalã por Moragas e Garitaonandía (1991) permitiu sistematizar as diferentes tipologias de televisão locais que se podiam encontrar na região: desde emissões regulares, em alguns casos com várias horas diárias com um nível de profissionalização elevado, a emissoras em que se verificava precisamente o oposto.

A denominação adoptada de “alegais” contou com o apoio dos responsáveis políticos locais, génese do primeiro passo para a fundação de muitas televisões locais. Estes projectos contavam com o apoio dos responsáveis políticos locais e era, em muitos dos casos, o nascer de mais uma televisão local. “La actitud de la Administración ante este fenómeno colabora en la configuración de los modelos diferenciados: por un lado, la experiencia catalana, donde el mayor desarrollo de la sociedad civil, su articulación más fértil y la mayor implicación de los Ayuntamientos de comunicación local apartadas de la legalidad – no ilegales, sino ilegales, como se venía denominando a su situación – que contaba con el apoyo de las entidades locales e incluso autonómicas.” (Matos, 2004, 16)

Apesar das dissemelhantes alterações legislativas, ainda hoje o sector permanece na “alegalidade” porque apesar das constantes modificações que a lei sofreu, o sector das televisões locais apenas obteve um “marco normativo estable y un peso específico en el conjunto del sistema audiovisual” (Cantos, 2005, 95).

5.2 O caso português

A Lei 58/90 de 7 de Setembro é a primeira lei que menciona a possibilidade de criação de canais de âmbito regional e local, remetendo o seu funcionamento para posterior regulamentação. Apesar disso, surgiram experiências televisivas pirata e em Abril de 1995 surge o Movimento para a Legalização das Televisões Regionais, que se extingue em 1997. Embora não tenha conseguido sensibilizar os políticos para o

problema da falta de regulação das televisões locais, este movimento teve o mérito de promover o debate (Mota, 2002, 121).

Com a chegada ao poder do Governo Socialista, em 1995, as alterações que a Lei da Televisão sofreu foram essencialmente de acompanhamento às normas europeias aprovadas para o sector, como a ratificação da directiva da Televisão Sem Fronteiras. É durante o Governo de António Guterres, que são criados os centros regionais da televisão pública que produzem emissões desdobradas; esta situação dura até ao Governo de Durão Barroso que suspende os desdobramentos regionais, fruto de uma profunda reestruturação na televisão pública (Mota, 2002).

A Lei da Televisão (31-A/1998, 14 de Julho) tornou possível a criação nas redes de distribuição cabo, de canais locais, regionais e temáticos, uma “abertura que permitiu que as estações existentes se associassem aos operadores de cabo e aos produtores internacionais de conteúdos televisivos no sentido de desenvolver novos projectos (Sousa, 2000, 12). Foi esta lei que permitiu o lançamento da CNL, NTV e Sport TV, entre outros projectos semelhantes.

Na Lei 23/2003 prevê-se a possibilidade de existência de televisões regionais e locais hertzianas, mas o decreto-lei para regulamentar a actividade nunca foi publicado.

Com a aprovação da Lei 27/2007, de 30 de Julho, surgem novas alterações à Lei da Televisão. Pela primeira vez aparecem referências à Internet e à possibilidade de emissão utilizando este meio. No seu segundo artigo, esta lei refere que não é entendida por televisão serviços de comunicação que sejam solicitados sob forma individual ou que se refiram a transmissão de eventos “através de dispositivos técnicos instalados nas imediações dos respectivos locais de ocorrência e tendo por alvo o público aí concentrado”. Isto significa que podem ser efectuadas emissões utilizando para tal ecrãs gigantes.

O artigo 7º da lei assinala que os serviços televisivos podem cobrir eventos internacionais, nacionais, regionais ou locais, existindo contudo uma ressalva que pode ser um “conjunto de distritos no continente ou um conjunto de ilhas nas Regiões Autónomas, ou uma ilha com vários municípios, ou ainda uma área metropolitana”

existindo também a possibilidade de cobertura de “um município ou um conjunto de municípios contíguos”. Este artigo abre, uma vez mais, a possibilidade da existência das televisões locais e regionais.

O artigo 12º apresenta restrições ao exercício da televisão. As restrições abarcam o exercício ou o financiamento de projectos televisivos por parte de partidos políticos, associações políticas, autarquias e respectivas associações, organizações sindicais, patronais ou profissionais, seja de forma directa ou indirecta. Ainda assim, existe uma ressalva na lei se “aquela actividade for exclusivamente exercida através da Internet”, pois se a actividade televisiva é permitida a autarquias, associações, partidos, caso esta seja exercida em exclusivo através da Internet.

A lei prevê ainda, no artigo 25º, a obrigatoriedade de disponibilização nos operadores de redes cabo de capacidade para distribuição de “serviços de programas regionais e locais” embora mediante a aprovação da ERC.

De acordo com a legislação em vigor, a actividade televisiva deve contribuir para a informação, a formação, o entretenimento, deve promover o exercício do direito de informar, de se informar, de ser informado, de promoção da cidadania, do pluralismo, além de defender, difundir, e promover valores, cultura, língua e identidade nacional. Contudo continuam a existir dificuldades legislativas, hábito que parece estar enraizado nos países do sul da Europa. Se a pressão dos promotores das rádios pirata em Portugal deu resultados, a pressão dos defensores da criação de televisões regionais na década de 80 e na década de 90 nunca foi “suficiente para os resgatar de uma posição ultraperiférica nas leis da televisão” (Mota, 2002, 129).

Os constantes avanços e recuos que a Lei da Televisão sofreu, são acima de tudo, fruto da falta de vontade política dos diversos Governos suportados no “medo da proliferação anárquica de canais, como ocorreu previamente com as rádios locais. Embora reconhecendo a apetência do público pela televisão centrada na sua região, a questão económica foi sempre levantada como o principal obstáculo” (Mota, 2002, 121). As televisões locais e regionais, na realidade, nunca foram uma prioridade política.

6. As Webtelevisões

A história dos media em Portugal e Espanha é muito diferente, e proliferação das televisões locais em Espanha e o insucesso das mesmas em Portugal são exemplo claro disso mesmo. Apesar da vontade popular em aceder a televisões locais e regionais ter sido idêntica nos dois países, só os espanhóis conseguiram cumprir o seu desejo.

São vários os motivos que podem ser apontados para a existência de televisões locais e regionais em Espanha, mas a existência de línguas, culturas e identidades próprias em algumas Comunidades Autónomas, aliado à vontade política, podem ser os mais importantes.

No caso português, a existência de uma cultura e uma língua únicas poderá ter sido um entrave, mas a verdade é que também nunca houve grande vontade política. Com a excepção das regiões autónomas da Madeira e dos Açores, que possuem uma autonomia, Governo e respectiva assembleia regional, a centralização administrativa foi e ainda é um factor amplamente debatido e criticado por existir no país “uma centralização administrativa em Portugal levada ao mais alto grau (com as excepções das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira) que faz do Estado português um “macrocéfalo” (Nobre-Correia, 2008, 6).

O sistema mediático dos dois países acabou também por reflectir as diferenças entre os dois países Ibéricos. A centralização de quase todos os principais meios de comunicação social portugueses em Lisboa salvo as excepções da RTP N, Jornal de Notícias e O Jogo, tendo como suporte a mesma língua contrasta com a realidade mediática Espanhola. A descentralização por diversas Comunidades Autónoma dos meios de comunicação social espanhóis, a publicação e transmissão nas línguas regionais sem recurso ao Castelhana são realidades incontornáveis e que contrastam claramente com o caso português. Os jornais, rádios e televisões sediados nas Comunidades Autónomas são uma realidade incontornável, embora as principais cadeias de televisão estejam sediadas em Madrid (Correia, 2008).

As diferenças analisadas são no nosso entender, fundamentais para a compreensão sobre os motivos do sucesso das televisões locais e regionais em Espanha e para o insucesso das várias tentativas ocorridas em Portugal.

Um dos autores que estudaram o fenómeno da televisão foi Dominique Wolton (2000), que defende que a televisão serve para que os indivíduos e os públicos se congreguem em torno do que os separa, podendo assim ter a possibilidade de participar de forma individual numa actividade que é sobretudo colectiva. Entende ainda que a televisão permite a comunicação entre o público, sendo um elo social indispensável à sociedade. “A televisão é a única actividade que estabelece a ligação entre ricos e pobres, jovens e velhos, rurais e urbanos, cultivados e os que o são menos. Toda a gente vê televisão, toda a gente fala televisão” (Wolton, 2000, 64).

Rapidamente a televisão se tornou um poderoso meio de comunicação social. Apesar dos benefícios e dos malefícios que lhe são apontados, a televisão é sem dúvida um meio de comunicação social com uma clara importância comunicacional .

Com o aparecimento da Internet, a televisão encontrou um rival que até aí não tinha tido, já que com o “formidable desarrollo de Internet, la televisión – el principal medio de comunicación de las sociedades de la “segunda ola” -, experimenta una profunda y decisiva mediamorfosis” (Islas, 2006, 4).

A transformação a que a televisão foi obrigada devido à chegada da Internet não foi exclusiva deste poderoso meio de comunicação. Desde cedo, a Internet assumiu-se como um novo suporte para os órgãos de comunicação social, permitindo que estes possuíssem outras formas de chegar aos públicos. Esta nova forma de chegar aos públicos também permitiu aos utilizadores da Internet a possibilidade interagirem com os meios de comunicação, deixando de ser apenas um receptor passivo (Cardoso, 2005).

Parece-nos claro que a Internet teve um forte impacto nas formas de trabalho e disponibilização de conteúdos dos meios de comunicação social, embora, o maior impacto que a Internet provocou na televisão não foi ao nível de formatos ou distribuição de conteúdos, mas sim a nível de audiência, isto porque os públicos cada vez mais partilham o seu tempo “entre o visionamento televisivo e a utilização da

Internet” (Cardoso, 2006, 20). Esta situação também é observada por Islas (2006) que destaca o avanço que a Internet está a ter sobre a televisão: “Efectivamente Internet ha transformado a la televisión y al televidente”.

Também as principais televisões portuguesas sentiram a necessidade de assinalar a sua presença na Internet. A televisão pública foi a primeira a dar esse passo, e a 28 de Maio de 1993 é registado oficialmente o domínio rtp.pt. As televisões privadas despertaram mais tarde para a necessidade de marcar presença na web. A TVI regista o seu domínio a 17 de Novembro de 1995 e passa a disponibilizar alguns meses depois, a 12 de Janeiro de 1996, o seu principal serviço informativo. A SIC só regista o seu domínio a 29 de Maio de 1998, três anos depois da RTP, e lança a SIC Online a 23 de Maio de 2001 (Granado, 2002).

O medo de ficar para trás foi um dos motivos que levou à presença dos órgãos de comunicação social na Internet, no caso da televisão a presença não teve como primeiro objectivo a distribuição de conteúdos de imagem em movimento, essa motivação não pareceu ser a “primeira no que diz respeito à presença da televisão na Internet” (Cardoso, 2006, 19). Outro dos motivos para a presença das televisões na Internet foi também a rentabilidade económica, como refere Jorge Abreu. “Do ponto de vista do utilizador, importa examinar quais são as motivações que os agentes empresariais, cuja ideia base é a de capitalizar e aumentar os seus lucros financeiros, identificam nesta convergência” (Abreu, 2, 1999).

A evolução dos meios de comunicação social relativamente à Internet também levou em conta a tomada de “consciência relativamente à necessidade de criar interfaces com o seu público” (Soares, 2005, 1), dando ao público a capacidade de interagir com os conteúdos disponibilizados e permitindo a fidelização do utilizador.

Mas até à fidelização do utilizador, a televisão deparou-se com inúmeras dificuldades que a Internet ainda apresentava, nomeadamente o incipiente desenvolvimento da banda larga. Apesar disso, a Internet foi desde logo “considerado como el medio de comunicación más representativo de la “tercera ola” (Islas, 2006, 4).

As alterações que a Internet provocou permitiram ainda o surgimento de televisões exclusivamente online, as webtelevisões. Estes projectos podem ser considerados como um exemplo de televisões fragmentadas, fruto do meio de transmissão e devido ao facto de serem dirigidas a públicos específicos.

A televisão fragmentada ou temática, é fruto do desenvolvimento tecnológico que permite também a evolução e surgimento de novos canais de televisão, que acabam por fragmentar o público. A televisão fragmentada acaba por ser “uma criação, natural, da elite intelectual que, afastada dos meios de comunicação de massas, decide mobilizar-se no apoio a modelos audiovisuais dirigidos a públicos específicos menos interessados no entretenimento do que na formação pessoal” (Coelho, 2003, 58). O sucesso da fragmentação das televisões e dos públicos acaba também por ser um reflexo da sociedade e das circunstâncias do próprio mercado e das evoluções tecnológicas. “O sucesso das televisões temáticas passa, sobretudo, pelos canais de música, dirigidos aos jovens, pelos canais de desporto, de informação e de animação” (Coelho, 2003, 59). Os públicos assistem ao surgir de novas televisões como “resposta natural dos anseios e de ambições de públicos específicos (Coelho, 2003, 74).

A fragmentação também pode ser observada no material que é disponibilizado on-line pelas principais cadeias de televisão. Notamos que este é disponibilizado de acordo com três prismas: a) conteúdos que são exibidos na emissão da televisão e os quais são posteriormente transferidos para o site; b) conteúdos produzidos em exclusivo para o site, embora sejam produzidos de acordo com os parâmetros e conceitos presentes na televisão convencional, neste caso é possível a existência de alguma interactividade com o utilizador como sondagens, fóruns, chats e e-mail; c) exploração dos recursos de convergência como a interactividade, hipertextualidade, além da personalização dos conteúdos. Estas capacidades permitem ao utilizador a elaboração de escolhas e a possibilidade de elaborar o seu próprio jornal (Nogueira, 2004).

A ambição e os anseios aliados às alterações que a Internet provocou na forma como se assiste televisão permitiu também o surgimento de televisões exclusivamente online, as webtelevisões. Estas televisões online são um exemplo de televisão de proximidade e representam “a proximidade, o imediato do ser humano e do seu meio

envolvente social, cultural e económico” (Brauman, 2008, 702) além de darem a capacidade do utilizador colaborar e definir o que pretende assistir.

O número de webtelevisões tem crescido muito rapidamente em Portugal. Se em Junho de 2007, o jornal Diário de Notícias⁴, detectou a existência de 43 projectos, um ano depois identificámos 88 webtelevisões.

Mas como se organizam e quais são os conteúdos das webtelevisões? Devem seguir o modelo convencionado pela televisão, transpondo técnicas e estilos, com os riscos que esta opção acarreta devido a questões técnicas como um ecrã mais pequeno, ou devem procurar um modelo próprio? Este hipotético novo modelo deve ser definido como uma nova forma de jornalismo audiovisual on-line, ou a opção por conceitos como telejornalismo digital ou telejornalismo on-line são as mais acertadas?

Leila Nogueira, defende que este tipo de jornalismo deve ser adaptado ao meio e que com a chegada à Internet “a tendência é a de que ele passe a se estruturar de forma diferente da que apresentava na televisão” (Nogueira, 2004, 6) devendo por isso ser chamado de jornalismo audiovisual online já que este “utiliza formatos de notícia com imagem em movimento e som como elementos constitutivos do produto disponibilizado nos bancos de dados da Web ou veiculado através deste suporte” (Nogueira, 2004, 2) e rejeita o termo de telejornalismo on-line, devido à sua imprecisão relativa à sua utilização em notícias transmitidas pela internet e pela televisão digital.

Parece-nos claro que o modelo da televisão convencional ainda é seguido nos “padrões de linguagem e formatos da televisão convencional” (Velho, 2004, 1) e não devemos esquecer que esta linguagem foi “adaptada da radiofónica” (Velho, 2004, 3) e embora a televisão na internet seja ainda uma “adaptação analógica ou criação exclusiva para a Internet, tende a inovar a linguagem” (Velho, 2004, 6). A proliferação de meios de comunicação on-line e de webtelevisões é cada vez mais notada e assim a “televisión se convierte en contenido de Internet” (Islas, 2006, 5), isto exige naturalmente um jornalismo pensado para o formato de Webtelevisão.

⁴ http://dn.sapo/2007/06/24/media/o_video_web_matar_a_televisao.html

6.1 Questões técnicas

A génese do que “viria a ser conhecido por Internet ocorre na primeira metade da década de 1960, quando Paul Baran, trabalhando na altura na Rand Corporation (...) se propôs criar um sistema de comunicações” (Cardoso, 2003,17). O ano de 1969 assinala desta forma o nascimento daquilo que actualmente é conhecido por Internet.

Sob a responsabilidade do Departamento de Defesa, surgiu o sistema de comunicações ARPAnet, com propósitos claramente militares. A sua tecnologia de comunicação assentava na “comutação de pacotes, isto é, a comunicação idealizada de som, texto ou imagem” (Cardoso, 2003, 18). A comutação de pacotes significava que a mensagem era enviada em blocos separados, podendo estes não seguir pelo mesmo percurso, reunindo-se todos os blocos no computador receptor.

Os anos 80 marcam a divisão da ARPAnet em duas redes: a MILnet, que prosseguia os objectivos até aí implicados na sua antecessora, e a ARPAnet, que embora mantivesse o mesmo nome apresentava propósitos diversos, sendo agora uma ferramenta de trabalho da comunidade académica. De referir que nos primeiros anos de utilização pela comunidade académica, esta era fundamentalmente aplicada na troca de correio electrónico e na participação em fóruns⁵. A ARPAnet passou também a ser utilizada como uma “espinha dorsal de interligação” (Cardoso, 2003, 19) das novas redes que entretanto foram surgindo.

No ano de 1978, Vinton Cerf, Robert Kahn e Robert Metcalfe davam um contributo fundamental para o desenvolvimento da Internet graças aos protocolos de comunicação entre redes - o Internet Protocol (IP) e o TCP, que permitiam a comunicação entre dois computadores.

A criação do Uniform Resource Locator (URL), do Hipertext Transfer Protocol (HTML) e do Hipertext transfer Portocol (http) tornaram-se as bases dos sites suportados em programas, os web browsers, como o Internet Explorer, que permitem a visualização da informação (Gustavo, 2003). Estas criações beneficiariam em 1990 da

⁵ <http://www.livinginternet.com/>; <http://paginas.fe.up.pt/~mgi97018/historia.html>; <http://piano.dsi.uminho.pt/museu/INTERNET.PDF>; <http://www.livinginternet.com/>

invenção da World Wide Web no Centre Européen pour la Recherche Nucleaire, sob a orientação de Tim Berners Lee.

Todavia para a existência do vídeo nas páginas web foi fundamental o desenvolvimento da Banda Larga, de forma a assegurar uma melhor capacidade de transmissão. Um dos formatos utilizados para a difusão de vídeo é o Streaming. Esta tecnologia apresenta vários benefícios, além de ser de utilização pouco complexa é fácil de gerir e de obter, além de permitir a transmissão do vídeo em tempo real. Contudo apresenta algumas contrariedades devido a requerer uma largura de banda de forma a assegurar uma eficaz transmissão do vídeo, isto é, o vídeo é disponibilizado no computador à medida que vai sendo recebido no computador pessoal.

A utilização do Streaming⁶, é efectuada através de softwares como o Windows Media Player⁷ (WMP), o Quicktime⁸ (Quick) ou o Real Player⁹ (Real), e foi, desde cedo, uma aposta das televisões tradicionais na disponibilização do vídeo nas suas páginas web.

O vídeo-on-demand é também um formato utilizado para a disponibilização de vídeos, este método é considerado “mais oportuno para o internauta” (Velho, 2004, 6) já que permite a visualização de peças que se encontram arquivadas no site, dando ao utilizador a possibilidade de assistir à peça mais recente adicionada, sem necessidade de ver toda a emissão.

Podemos portanto assumir que o percurso percorrido pela Internet “é o fruto de três décadas de investimento público na investigação científica, na participação de empresas privadas no desenvolvimento tecnológico e na colaboração entre utilizadores” (Cardoso, 2003, 25), isto significa que a investigação científica teve um papel preponderante nos vários desenvolvimentos que a Internet sofreu, porém todas estas inovações não foram o limite e ainda existe um vasto campo a explorar.

⁶ <http://www.streamingmedia.com>

⁷ <http://www.microsoft.com/windows/windowsmedia/pt/>

⁸ <http://www.apple.com/quicktime/>

⁹ <http://www.realnetworks.com>

Com este desenvolvimento, o acesso à tecnologia e aos serviços Web passaram a fazer parte do domínio público e não de uma pequena franja populacional isto porque o “ambiente de inovação é diverso e heterogéneo, envolvendo um elevado número de empresas e de utilizadores” (Abreu, 1999, 3).

Este aumento de acessos à Internet faz com que os números apontem para um aumento da utilização da Internet em detrimento da utilização da televisão. Porém e, apesar do aumento do número de pessoas com ligação à Internet, esta não é ainda uma “ameaça para a indústria televisiva mas poderá vir a sê-lo” (Abreu, 1999). Este aumento de utilizadores permite uma maior diversidade de oportunidades de negócio.

Estas novas formas de negócio abriram caminho ao surgimento das webtelevisões, embora existam, naturalmente, algumas diferenças entre a visualização da televisão e via Internet. E se a televisão pode ser vista a uma distância considerável do televisor, o computador já não permite uma distância tão considerável. O televisor pode ser visualizado por várias pessoas situação que já não ocorre com computador pessoal, este porém apresenta benefícios já que permite uma utilização activa, situação que não ocorre com o televisor que é usado de forma passiva.

Ainda assim a Internet não deve ser vista como “um fenómeno de substituição mas um canal de comunicação complementar, mas que hoje ameaça fortemente os meios de distribuição tradicionais” (Braumann, 2008, 703) como sublinha este autor, a Internet permite uma facilidade de acesso à informação e à comunicação, e embora esta esteja a ameaçar os meios de distribuição tradicionais deve ser vista como um meio complementar de forma a evitar diferenças entre regiões e pessoas.

A evolução constante da Internet permite o acesso do público a este meio de uma forma mais fácil, já que torna possível o desenvolvimento tecnológico e a resolução de problemas e incertezas que outros sistemas provocavam. A Internet permite por exemplo a criação de webtelevisões com características locais, regionais, generalistas ou temáticas, já que num só local é permitida a reunião de conteúdos e de tecnologias.

6.2 Questões legislativas

A Lei 27/2007 de 30 de Julho, define o exercício da emissão televisiva com a obrigação de informar, formar, entreter, promover, permitir o pluralismo, de valores, de ideias, de culturas, além de defender a língua e a identidade nacional; como observamos anteriormente, esta lei contém ainda referências à Internet e às formas de emissão, tendo como meio a Internet, abrindo uma porta às webtelevisões locais e regionais; apresenta algumas restrições ao exercício, financiamento e posse destes projectos, além da obrigatoriedade de inscrição junto da ERC (Entidade Reguladora da Comunicação).

Mas a Lei foi vista pelo PSD, através do deputado Agostinho Branquinho, responsável pela pasta da Comunicação Social, o qual a classifica como excessiva e incompleta. Excessiva porque não deveria fazer qualquer referência às televisões na Internet – no seu entender a nova Lei só devia observar a legislação referente à TDT (Televisão Digital Terrestre) deixando para o futuro a possível legislação sobre as televisões na Internet, e incompleta devido ao facto da Lei só fazer referência ao registo obrigatório junto da ERC por parte das webtelevisões. Ao Jornal de Notícias, Agostinho Branquinho reconhece que “não pode esquecer-se de um fenómeno exponencial como este”¹⁰, referindo-se às webtelevisões, mas é certo que a Lei 27/2007 se esquece destas televisões já que carece ainda de um mais amplo avanço legislativo, no qual estejam claramente definidas as modalidades de constituição destas webtelevisões, propriedade, número mínimo de jornalistas, competências, obrigações, definição de períodos de emissão e obrigatoriedade de emissão de novos conteúdos, aspectos económicos, entre outros considerados fundamentais.

Caso a legislação não seja mais profunda no campo das webtelevisões pode acabar por ocorrer aquilo que os responsáveis políticos sempre temeram; um dos argumentos que foi sempre utilizado para impedir a proliferação dos canais locais e regionais por via hertziana, foi a possível proliferação anárquica de canais, a possível concentração de canais, resumindo, a realidade das rádios pirata antes da legalização.

Mas na realidade parece assistir-se novamente ao repetir da história. As webtelevisões também não parecem ser uma prioridade Legislativa do Governo

¹⁰ http://jn.sapo.pt/PaginaInicial/Interior.aspx?content_id=673261

Português, e da oposição, com todas as consequências que possam advir duma protelação que a lei acarreta.

Nas nossas observações efectuadas no período de trabalho desta tese encontramos em duas cidades distintas dois projectos com a mesma designação: Barcelos e Odivelas. Cada uma delas possui duas webtelevisões com características muito próximas entre si. Este é um dos riscos a evitar como consequência do adiamento da lei, ou seja, o surgir de projectos, com nome igual, numa mesma região.

6.3 Questões económicas

O factor económico é fundamental para o sucesso das televisões locais e regionais (Mota, 2002) e, porque não dizê-lo, das webtelevisões. Em Portugal, o Estado foi sempre um dos principais actores dentro dos órgãos de comunicação social, “the state has been traditionally the main actor in the media arena, not only regulating but also owning and controlling the media itself”(Sousa,1994,7). Durante a década de 80 houve um boom económico em Portugal que favoreceu quem estava “interested in investing in the media” (Sousa, 1994, 7), e é nesta conjectura favorável a nível económico que Cavaco Silva, Primeiro-Ministro de então, aposta na privatização dos meios de comunicação social que ainda estavam sob a alçada governamental.

Estes órgãos de comunicação social tiveram assim de procurar junto da publicidade formas de financiamento e subsistência. No caso das televisões locais e regionais espanholas a forma de financiamento é variada embora normalmente provenha da “publicidad y/o de las aportaciones de los actores y la administración local” (Vacas, 2005, 27). Existem contudo outras formas de financiamento destes canais, embora a publicidade seja naturalmente a primeira forma de subsistência. Porém estes canais, como já observamos, procuraram outros apoios “os canais regionais e locais amparam-se também em subsídios públicos (que, em alguns países, são taxas municipais e comunitárias), patrocínios, subscrições e donativos, venda de programação e aluguer de material” (Mota, 2002, 116).

No trabalho que efectuou, Moragas detectou três formas de financiamento: a associação de indivíduos e empresas que financiavam o capital da televisão local; a

obtenção de financiamento através da publicidade e outros serviços, ou ainda a hipótese de financiamento dos projectos junto das entidades públicas (Moragas, 1991).

No caso das webtelevisões portuguesas, a opção parece ser a publicidade em formato de *banner* ou nos segundos antes do início das peças vídeo.

A publicidade online não é idêntica à publicidade tradicional, pois a primeira apresenta características próprias como a “versatilidad, interactividad, selectividad” (Vivar, 2005, 87). Estas características dão por isso capacidade para a apresentação de uma ampla variedade de formatos publicitários, sendo certo que a publicidade pode ajudar no êxito de um projecto online de comunicação.

Embora as características da publicidade online possam ser variadas, certo é que um meio de comunicação conhecedor do público a que se dirige, nomeadamente os seus hábitos, no fundo entenda que “la segmentación de mercados, han de adaptarse a la identidad de los públicos, para conseguir atraer una financiación publicitaria a través de targets específicos” (Vivar, 2005, 83).

A apresentação de conteúdos exclusivos e com qualidade, na área onde se encontra inserida e com os quais o público se identifique é fundamental para conseguir uma vantagem dentro do mercado publicitário e como o meio utilizado é amplo, um bom posicionamento pode, eventualmente, atrair investimento publicitário fora do território onde a webtelevisão se insere.

Mas quais são as características que a publicidade online apresenta? As respostas apresentam-se variadas. A publicidade online permite um contacto pessoal entre o seu produto e o utilizador do site já que este dispõe de um contacto directo com aquela; a Internet possui assim “un enorme potencial para alcanzar a las masas y que provoca la sensación de estar creado una cierta personalización (Vivas, 2005, 88).

Além de ser rápida, a publicidade online permite também a interactividade com o utilizador, dando-lhe a capacidade de descobrir novas fontes de interesse, permitindo-lhe ainda seleccionar o público-alvo pretendido, além de despertar neste um certo impacto e de lhe oferecer, em casos específicos, a possibilidade de efectuar compras enquanto observa aquilo que procura. A aposta na publicidade online tem ainda a

vantagem da cobertura geográfica ser bastante mais ampla do que as fronteiras do país, concedendo-lhe a vantagem de se apresentar sob diversas formas, sejam elas banners ou links. Ostenta baixo custo económico, para além de poder ser efectuada via e-mail, sendo por isso fundamental uma aposta nas newsletters (Vivas, 2005).

Porém nem todos os aspectos são positivos na publicidade online - existem pontos que são claramente débeis e Vivas destaca-os; nem toda a população dispõe de computador e não têm acesso à Internet. Outro problema que se levanta é a aposta num determinado target, já que a publicidade online acaba por perder franjas importantes da população. Outra das contrariedades observadas consiste no próprio meio já que existem várias mensagens a circular, de todo o género, o que prejudica a exposição clara e objectiva que se pretende apresentar aos utilizadores. Estes têm ainda alguma dificuldade em aceitar a credibilidade da publicidade devido a “conocimiento de algunos casos de fraude y la sensación de anonimato que favorece la Red pueden afectar a la credibilidad” (Vivas, 2005, 90). Os modelos de facturação publicitária podem ser por períodos de tempo em que a publicidade é exposta no site, por impressão, por cada utilizador que vê a publicidade, por click, respeitante ao número de cliques que são dados nos banners, por contacto qualificado respeitante ao número de utilizadores que acede ao site, ou por comissão de venda. Conforme o modelo utilizado existem várias vantagens e desvantagens para o anunciante e para o meio. O anunciante tem poucas formas de controlar o número de utilizadores que passou pelo site onde está a efectuar publicidade. As vendas são variáveis e a publicidade é paga independentemente do número de clientes que se obtenha (Vivas, 2005).

Deixamos para último a hipótese de financiamento através dos conteúdos pagos, no qual o utilizador paga previamente para aceder aos conteúdos que são disponibilizados, já que acreditamos que este modelo dificilmente conseguirá ser implementado numa webtelevisão. Todas as experiências do género feitas em órgãos de comunicação social, principalmente jornais online, tiveram uma difícil aceitação por parte dos utilizadores, e em muitos dos casos o “comportamiento del navegante indica que tratará de remplazar la fuente” (Vivas, 2005, 90), e isso significa uma perda de utilizadores que procuram a informação em sítios onde a mesma seja gratuita e a quebra de audiências do site acaba por causar maiores dificuldades de implementação do projecto e dificuldades de inserção de novas publicidades.

A aposta numa webtelevisão também comporta riscos de investimento; para além do investimento em material e instalações, também os recursos humanos têm custos fixos, embora exista uma vantagem na redução em comparação a outros meios de comunicação no que concerne aos custos de utilização, já que estes custos são transferidos para o utilizador que “necessita de um computador, modem” (Cardoso, 2003, 129) além de ter que despende para conseguir, como refere Gustavo Cardoso, a ligação à Internet e a electricidade.

Estes são alguns dos caminhos no aspecto financeiro, com vantagens e riscos, que podem ser seguidos pelas webtelevisões. Porém existe o risco e a tentação de encontrar o apoio junto das entidades públicas, pelo que o conhecimento do mercado publicitário no qual se inserem, (campo onde as rádios locais podem ser um bom exemplo pelos sucessos e insucessos) é fundamental para a concretização positiva do aspecto económico destes projectos.

A estes projectos compete não só ultrapassarem as dificuldades legislativas como procurar obter, acima de tudo, a consolidação do negócio: “na medida em que se consolide o modelo de negócio, pueden abrir nuevas vias de intervención no escenario mediático” (López, 2005, 205). Só desta forma entendemos que o caminho que está a começar a ser traçado pelas webtelevisões possui o objectivo de abrir na realidade novos caminhos.

6.4 Panorama actual em Portugal

Em Dezembro de 2005 regista-se o nascimento daquela que é considerada a primeira webtelevisão em Portugal: a Famalicão TV. A divulgação que este projecto conseguiu junto dos órgãos de comunicação levou ao surgimento, um pouco por todo o país, de outras webtelevisões como a ValSousa.tv, a Minho Actual TV ou a TV Net.

Um dos projectos que é um bom exemplo de uma webtelevisão regional é a Oeste TV. Nascida a 1 de Junho de 2006, no Bombarral, a Oeste TV pretende acompanhar informativamente a área compreendida no triângulo Lisboa, Santarém, Leiria. Inserida no âmbito do programa Oeste Digital e vinculada à Associação de Municípios do Oeste, esta webtelevisão apresenta no seu site várias áreas onde se

agrupam por: Notícia Oeste, Tempo, Beleza, Saúde, entre outras temáticas. A Oeste TV é composta por 8 elementos: jornalistas, programadores, designers, gestores, além de uma equipa de free-lancers. O espectador desta webtelevisão pode sugerir temas de reportagem à equipa do web canal, via e-mail, além de ter a possibilidade de enviar vídeos (editados ou não) para posterior utilização pela Oeste TV. O formato de visualização da emissão é feito sob duas formas: emissão contínua através de “*streaming*”, onde é apresentada a sequência repetitiva de peças e programas ou no formato “*vídeo on demand*” através do qual o utilizador escolhe os conteúdos que pretende visualizar.

A TV Beja nasceu em Março de 2006, no seio da Campo dos Media, uma empresa de comunicação. A experiência adquirida permitiu a expansão para Évora, com a criação da TV Évora, e a elaboração de webtelevisões para feiras/festas como a TV Ovibeja ou a TV Filda. O Back-office desenvolvido pela TV Beja já foi vendido a outros projectos que permitiram a criação de outras webtelevisões.

A TV Net, talvez o projecto mais profissionalizado, começou as suas emissões a 11 de Dezembro de 2006¹¹. Esta webtelevisão detém uma forte componente informativa e, de hora a hora, apresenta um jornal actualizado. É a única webtelevisão em que é dado destaque aos acontecimentos Internacionais.

Um exemplo de uma webtelevisão temática é a SCE TV, Sporting Clube de Espinho, surgida em Abril de 2007. O utilizador desta webtelevisão pode visualizar a emissão ou por “*streaming*” ou através do “*vídeo on demand*”. A SCE TV apresenta os seus conteúdos organizados por temas: SCE TV Notícias, telejornal apresentado por pivô e no qual são inseridas as peças relativas ao último fim-de-semana desportivo. Além deste programa existe um programa de entrevistas, normalmente feitas aos treinadores, das diversas modalidades, e dirigentes. A nível gráfico este projecto é dos mais desenvolvidos no panorama das webtelevisões portuguesas.

No campo do ensino, a TUBI, Televisão da Universidade da Beira Interior, é a mais antiga webtelevisão portuguesa e funciona como laboratório de apoio às aulas da licenciatura de Ciências da Comunicação. Todos os conteúdos desta webtelevisão,

¹¹ <http://www.portalwebtv.info/portalwebtv.html>

lançada em 2003, são elaborados pelos alunos Além da possibilidade de assistir à emissão em “streaming”, o utilizador pode ainda aceder aos arquivos.

7. O Problema de investigação e Metodologia

As webtelevisões são um fenómeno recente em Portugal, pelo que ainda não foram objecto de estudos. Com este trabalho procuramos contribuir para a análise do fenómeno.

7.1 Perguntas de investigação

Sendo o fenómeno recente são várias as questões que se colocam relativamente às webtelevisões. Qual o contexto actual que permitiu o surgir destes projectos, quais os motivos para a criação destas televisões online são alguns dos pontos que foram abordados neste trabalho.

A forma de trabalho, foi outro dos pontos ao qual demos especial atenção, não deixando de observar os recursos humanos que desempenham funções nestes projectos e em que condições. Desta forma, procuramos compreender se estes projectos podem vir a constituir-se como uma mais-valia ou se correm o risco de desaparecer com o tempo.

Sendo na sua maioria webtelevisões que privilegiam o acompanhamento regional e local, será que os órgãos de comunicação social observam estes projectos como um risco à sua sobrevivência, fruto por exemplo do diminuto mercado publicitário, ou pelo contrário, alguns apoiam/criam projectos próprios de televisões online, podendo desta forma apresentar novos conteúdos ao seu público habitual além de alargar a sua audiência a novas franjas da população, além de conseguirem atingir as comunidades emigrantes.

Procuramos também dar resposta a questões relativas ao modelo de negócio, colocando aos responsáveis das webtelevisões questões relativas ao tema.

Analizamos questões relacionadas com a área política, não só no campo legislativo, mas também relativamente as possibilidades que as webtelevisões representam para entidades públicas. Estas são algumas das nossas preocupações que estão presentes na elaboração deste trabalho.

A legislação portuguesa já prevê estes projectos? O campo legislativo é um ponto fulcral no sucesso ou insucesso de projectos relativos aos media, também as webtelevisões necessitam de um acompanhamento legislativo eficaz.

Atendendo à história de insucesso que pautou a história portuguesa relativamente às televisões pirata por via hertziana, conforme já assinalamos, procuramos registar os avanços e recuos na legislação portuguesa e o trabalho que foi efectuado pelos diversos Governos relativamente a Lei da Televisão.

Porém observamos no capítulo 6.2. respeitante à Legislação Portuguesa, que a Lei da Televisão (Lei 27/2007) embora assinale a possibilidade de existência das webtelevisões, ainda carece de um amplo avanço legislativo que preveja todas as questões consideradas fundamentais para a existência e manutenção destes projectos.

7.2 Metodologia

O trabalho metodológico desta tese de mestrado teve diversas fases. Uma primeira dedicada a procurar todos os links relativos a webtelevisões, trabalho que ainda continuamos a elaborar, encontrando-se essa pesquisa documentada¹².

O segundo passo no desenvolvimento deste trabalho foi a recolha de todas as notícias publicadas sobre o assunto. Devido a questões relacionadas com o tempo, todas as pesquisas foram elaboradas nas edições digitais das publicações referidas.

Numa terceira fase foram estudadas as webtelevisões, tendo sido elaborada uma ficha de observação para cada uma. Para além da observação, foi ainda enviado um inquérito a 44 webtelevisões, com perguntas abertas e fechadas relativas às características do site, tecnologias utilizadas, recursos humanos, proprietários, investimentos, receitas e motivações.

Apesar das várias tentativas de contacto por e-mail e por telefone, apenas 21 das 44 televisões responderam ao inquérito. Este trabalho reflecte por isso a realidade destas webtelevisões apesar de se ter continuado a acompanhar o trabalho das restantes, das

¹² <http://www.webtelevisao.wordpress.com>

quais só em situações esporádicas faremos uma referência devido aos conteúdos ou a pormenores que na nossa óptica são fundamentais para perceber o desenvolvimento destes projectos.

7.3 Proposta de tipologia para as webtelevisões

Na elaboração desta tese optámos pelo agrupamento dos vários projectos tendo em conta algumas das suas características. Não existindo ainda uma proposta de tipificação de webtelevisões, optámos por analisar a realidade televisiva espanhola e a legislação existente relativamente à imprensa e rádio em Portugal.

Uma televisão local, num sentido mais básico, é uma televisão que emite apenas para um município ou localidade e “de este modo se podría entender esta como cualquier televisión que opera por debajo del nivel regional” (Vacas, 2005, 27). Mas o que significa “local” ? Moragas avança que em muitos países a delimitação dos espaços comunicativos se limita às coordenadas convencionais: Internacional, Nacional, Regional e Local, “en su sentido más estricto el concepto “local” se refiere al área geográfica de recepción de la difusión comunicativa, pero se utiliza también para referirse a los procesos de comunicación comunitaria que solo pueden producirse dentro de estos limites geográficos” (Moragas, 1991, 13).

A definição de televisão regional pode ser baseada em diversos critérios relevantes tais como a defesa da cultura e, quando aplicável, do idioma próprio, tendo programação de enfoque regional, participação dos actores regionais, função comunicativa de filtro entre os acontecimentos nacionais e internacionais, e nível intermédio entre o local e o estatal (Vacas, 2005).

Mas estas diversas categorias de televisão não podem ser aplicadas às webtelevisões, já que fazendo uso da Internet, a emissão e os conteúdos chegam a qualquer ponto do globo. Como agrupar então estas webtelevisões? A resposta teria de ser dada com a análise da legislação portuguesa de Rádio, Televisão e Imprensa.

A legislação portuguesa de imprensa, rádio e televisão, clarifica a importância do papel desempenhado pelos diversos meios de comunicação social, sendo um claro veículo de difusão da realidade portuguesa. A Lei de Imprensa, nº 2/99, define no seu

13º Artigo as características das publicações de informação geral, aquelas que divulgam informações sem carácter especializado, definindo as publicações especializadas àquelas que se ocupam predominantemente de uma só matéria. No seu artigo 14º é definido o conceito de publicações nacionais como aquelas que tratam temas de interesse nacional e são dispostas à venda na generalidade do território nacional. Define as publicações regionais, as que pelo seu conteúdo e área de distribuição se destinam às comunidades regionais e locais.

Por seu lado, a Lei da Rádio nº 4/2001 – artigo 4º - esclarece a tipologia dos serviços de programas de radiodifusão. Estes podem ser a nível de cobertura, nacionais, regionais ou locais, conforme a sua emissão abranja:

- a) A generalidade do território nacional;
- b) Um conjunto de distritos no continente ou um conjunto de ilhas nas Regiões Autónomas ou uma ilha com vários municípios;
- c) Um município e eventuais áreas limítrofes, de acordo com as exigências técnicas à necessária cobertura daquele.

A Lei define ainda que o conteúdo da programação pode ser generalista ou temático.

Já a Lei da Televisão, nº 27/2007, define a tipologia de serviços de programas televisivos. Estes podem ser generalistas ou temáticos, podendo ser ou não de acesso condicionado e, em alguns casos, sujeitos a assinatura. Esta lei define como generalista aquele que apresente uma programação dirigida à globalidade do público e diversificada, definindo a temática como aquela que apresenta matérias específicas ou dirigida a determinados segmentos do público.

A partir destes pressupostos, as webtelevisões foram agrupadas da seguinte forma:

Locais – A sua programação acompanha a realidade de um município e eventuais áreas limítrofes. Apresentam nos seus sites uma organização baseada nas seguintes secções: Local, Sociedade, Desporto e Cultura, acompanhando em simultâneo todas as actividades efectuadas no seu âmbito geográfico.

Regionais – A sua programação acompanha a realidade de um distrito ou de um conjunto de municípios. Apresentam no seu site uma organização baseada nos concelhos visando a Sociedade, Desporto e Cultura.

Temáticas – A sua programação é predominantemente centrada em matérias ou géneros específicos ou dirigida a determinados segmentos do público. O seu site é baseado de acordo com a temática que acompanha, podendo ser: Últimas, Entrevistas.

Nacionais – A sua programação acompanha diariamente a realidade do país e os eventos internacionais, apresentando uma visão informativa dirigida à globalidade do público. Verifica-se nos seus sites uma organização baseada nas seguintes secções: Nacional, Internacional, Desporto, Cultura, Debates, Opinião.

8. Resultados e discussão

Foram efectuados 44 inquéritos, tendo sido recebidas 21 respostas (taxa de retorno = 47,7%). Dos inquéritos recebidos, 11 são referentes a webtelevisões locais, 7 a webtelevisões regionais e apenas 3 se reportam a webtelevisões temáticas.

O inquérito efectuado é composto por sete grupos de questões relativas a propriedade, investimento, receitas, motivações para o lançamento das webtelevisões, recursos humanos, tecnologias e opinião.

8.1 Propriedade

Relativamente à propriedade das webtelevisões, os dados totais permitem concluir que em 61,9% dos casos, estas são empresas privadas ou pertencem a empresas privadas.

Propriedade webtv	Temática	Regional	Local	Total
<i>Empresa Privada</i>	33.3%	57.1%	72.7%	61.9%
<i>Cooperativa / Associação</i>	-	14.3%	9.1%	9.5%
<i>Outra</i>	33.3%	14.3%	-	9.5%
<i>Individual</i>	-	14.3%	9.1%	9.5%
<i>Público</i>	-	-	9.1%	4.7%
<i>Não Responde</i>	33.3%	-	-	4.7%

Quadro nº 1

Os dados obtidos junto das webtelevisões regionais e locais permitem-nos detectar a predominância das empresas privadas. Esta situação só não sucede relativamente às webtelevisões temáticas, devido ao diminuto número de respostas obtidas. A possível participação de instituições de carácter público no capital das webtelevisões foi uma questão também colocada:

8.1.1 Participação de instituições públicas no capital

Os números obtidos são conclusivos: em 71,4% dos casos, os responsáveis assumem não existir qualquer espécie de participação de instituições públicas no capital da webtelevisão. Nos três casos em que existe uma participação de Instituições Públicas

no capital (dois relativos a webtelevisões locais e uma regional), a propriedade é 100% dessas instituições.

Participação Instituições Públicas	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	-	14.3%	18.2%	19.1%
<i>Não</i>	33.3%	85.7%	81.8%	71.4%
<i>Não Responde</i>	66.7%	-	-	9.5%

Quadro nº 2

Os dados obtidos permitem-nos observar a diminuta participação de Instituições Públicas. Porém, nalguns casos foi referido que já decorreram reuniões para que tal sucedesse ou acordos assinados para que no início de 2008 a participação fosse uma realidade.

8.1.2 Investimento Inicial

Um dos pontos constantes no inquérito é referente ao investimento feito nestes projectos. Relativamente ao investimento inicial em 33.3% dos inquéritos, os responsáveis optaram por não responder à questão colocada.

Investimento Inicial	Temática	Regional	Local	Total
<i>+ 50.001</i>	-	-	18.2%	9.5%
<i>45.001 -50.000</i>	-	-	9.1%	4.7%
<i>45.001 -45.000</i>	-	-	-	-
<i>35.001 -40.000</i>	-	14.3%	-	4.7%
<i>30.001 -35.000</i>	-	-	-	-
<i>25.001 -30.000</i>	-	-	-	-
<i>20.001 -25.000</i>	-	28.5%	-	9.5%
<i>15.001 -20.000</i>	-	14.3%	-	4.7%
<i>10.001 -15.000</i>	-	-	9.1%	4.7%
<i>5.001 -10.000</i>	-	-	9.1%	4.7%
<i>0 -5.000</i>	33.3%	14.3%	18.2%	19.04%
<i>Nenhum</i>	33.3%	-	-	4.7%
<i>Não Responde</i>	33.3%	28.5%	36.3%	33.3%

Quadro nº 3

Os dados obtidos pelas webtelevisões locais são interessantes.

- em 18.1% dos casos o investimento tanto pode ser entre 0 e 5000 euros ou mais de 50.000 euros. É no seio das webtelevisões locais que é registado o investimento mais elevado - 100.000. Assinalamos ainda mais dois investimentos, um de 75.000 euros e um de 50.000. No campo oposto, o investimento inicial ronda os 2.000 euros.

O investimento efectuado nas webtelevisões regionais pode ser considerado mais homogéneo, existindo vários casos em que o investimento varia entre os 15.000 e 25.000 euros.

O investimento mais elevado atinge os 40.000 euros e, em outros dois casos o valor atingido é os 25.000. O investimento inicial menos elevado ronda os 1250 euros.

Nas webtelevisões temáticas destaca-se o caso de uma webtelevisão que assume ter um investimento inicial no projecto de 0 euros.

8.1.3 Custos mensais

Simultaneamente foram questionados os custos mensais dos vários projectos e, tal como no quadro anterior, o elevado número de “Não Responde” continuou a ter um peso elevado: 33.3% do total.

Investimento Inicial	Temática	Regional	Local	Total
<i>+6.000</i>	-	-	-	-
<i>5.001 -6.000</i>	-	14.2%	9.09%	9.5%
<i>4.001 -5.000</i>	-	14.2%	18.1%	14.2%
<i>3.001 -4.000</i>	-	-	-	-
<i>2.001 -3.000</i>	-	28.5%	9.09%	14.2%
<i>1.001 -2.000</i>	-	-	9.09%	4.7%
<i>0 -1.000</i>	33.3%	28.5%	9.09%	19.04%
<i>Nenhum</i>	33.3%	-	-	4.7%
<i>Não Responde</i>	33.3%	14.2%	45.5%	33.3%

Quadro nº 4

Os dados permitem verificar que os custos mensais variam sobretudo entre os 0 e os 1000 euros embora exista um grande número de investimentos entre os 2.000 e os 5.000 euros. Os custos mensais mais elevados são de uma webtelevisão regional com 6.000 euros, contudo verifica-se que neste caso, para além do projecto da webtelevisão existe igualmente no grupo um jornal regional, fazendo parte dos dados fornecidos os

custos dos dois meios. Noutros dois casos constata-se a presença não só de um jornal, mas também de duas rádios locais.

8.1.4 Receitas

Depois do investimento, entrámos no campo das receitas. Os números totais obtidos permitem-nos concluir que a publicidade é a maior fonte de receitas para os projectos (38.2%).

Receitas	Temática	Regional	Local	Total
<i>Publicidade</i>	-	35.7%	47.05%	38.2%
<i>Apoios Institucionais</i>	-	-	-	-
<i>Venda de Serviços</i>	-	28.5%	23.5%	23.5%
<i>Venda de Conteúdos</i>	-	28.5%	17.6%	20.5%
<i>Sem receitas</i>	66.7%	7.1%	-	8.8%
<i>Não Responde</i>	33.3%	-	11.7%	8.8%

Quadro nº 5

Em vários casos, as respostas dadas referiam a *publicidade*, a *venda de serviços e de conteúdos*, como forma de captação de recursos financeiros para a manutenção dos projectos. Em praticamente todos os casos a *venda de serviços* corresponde também à *venda de conteúdos*; normalmente, a realização de vídeos institucionais, vídeos publicitários, vídeo-clips e dvd's são os trabalhos disponibilizados pelas webtelevisões.

Em nenhum caso é referido a existência de apoios institucionais, embora anteriormente, se tenha detectado a participação no capital das webtelevisões por parte de entidades institucionais.

8.2 Motivações

Procuramos os motivos que levaram ao lançamento de uma webtelevisão.

8.2.1 Criar alternativa aos media tradicionais

O novo projecto seria visto como uma forma de apresentar uma alternativa aos media tradicionais? Esta questão assume particular importância devido ao facto de existirem rádios e jornais que também apostaram numa webtelevisão, situação que ocorre em 85.7% dos casos.

Alternativa media tradicionais	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	66.7%	85.7%	90.9%	85.7%
<i>Não</i>	-	-	-	-
<i>Não Responde</i>	33.3%	14.3%	9.1%	14.3%

Quadro nº 6

Apresentar uma alternativa aos media tradicionais parece ser um objectivo das webtelevisões, mesmo daquelas que, para além da televisão online igualmente disponibilizam uma rádio ou um jornal. Só num caso de uma webtelevisão local, o responsável assume que o projecto da webtelevisão é um mero complemento ao jornal e, consequentemente nunca pode ser visto como uma alternativa informativa.

8.2.2 Atingir públicos alternativos

Em 76.2% dos casos os responsáveis assumem que o objectivo destas televisões online é atingir públicos alternativos.

Atingir públicos alternativos	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	66.7%	85.7%	72.7%	76.2%
<i>Não</i>	-	-	-	-
<i>Não Responde</i>	33.3%	14.3%	27.2%	23.8%

Quadro nº 7

Este valor sobe para os 85,7% no caso das webtelevisões regionais, atingindo 72.7% dos casos nas webtelevisões totais.

8.2.3 Ter intervenção cívica na região

Se atingir públicos alternativos é um objectivo destes projectos, será que ter uma intervenção cívica na região também o é? Observando o quadro facilmente se percebe que ter uma intervenção cívica (76,2%) na região é uma forte razão para o lançamento das webtelevisões.

Intervenção Cívica na Região	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	33.3%	85.7%	81.8%	76.2%
<i>Não</i>	-	-	-	-
<i>Não Responde</i>	66.7%	14.3%	18.1%	23.8%

Quadro nº 8

Considerando apenas as webtelevisões locais e regionais, a média sobe acima dos 80%, reflectindo a preocupação na existência de uma intervenção cívica na região por parte destes projectos.

8.2.4 Divulgar a região

Outra das questões colocadas pretendia saber se a divulgação da região é, ou não, igualmente um dos objectivos que levaram ao lançamento dos projectos, situação que ocorre em 80.9%:

Divulgação da Região	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	33.3%	85.7%	90.9%	80.9%
<i>Não</i>	-	-	-	-
<i>Não Responde</i>	66.7%	14.3%	9.1%	19.1%

Quadro nº 9

A divulgação da região onde se encontram inseridas é um dos objectivos das webtelevisões locais (90.9%) e das webtelevisões regionais (85.7%). Os dados permitem entender esta questão como um dos fins principais para o lançamento e manutenção dos projectos. No caso das webtelevisões temáticas, só uma assume a liderança em divulgar esse objectivo, ou seja, a região onde se encontra inserida, nos outros dois casos tal não acontece devido à especificidade dos assuntos que tratam.

8.2.5 Motivações Políticas

Uma outra das questões foi a possível existência de motivações políticas para a criação destas webtelevisões. Os dados totais reflectem a inexistência de motivações políticas (80.9%) como motivo para o lançamento dos projectos.

Motivações Políticas	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	-	-	-	-
<i>Não</i>	66.7%	85.7%	81.8%	80.9%
<i>Não Responde</i>	33.3%	14.3%	18.2%	19.1%

Quadro nº 10

. Os números, no caso das webtelevisões locais e regionais são superiores a 80% e nas temáticas atingem valores superiores a 65%. Em nenhum caso foi registada a existência de motivações políticas para o lançamento da webtelevisão.

8.2.6 Interesse pelas novas tecnologias

O interesse pelas novas tecnologias (80.9%) é também um dos motivos para o lançamento das webtelevisões.

Interesse pelas novas tecnologias	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	66.7%	85.7%	81.8%	80.9%
<i>Não</i>	-	-	9.1%	4.7%
<i>Não Responde</i>	33.3%	14.3%	9.1%	14.3%

Quadro nº 11

O interesse pelas novas tecnologias também parece ser um dos motivos para o lançamento destes projectos, com os valores a atingirem 85.7% nas webtelevisões regionais, 81.8% nas webtelevisões locais e 66.7% nas webtelevisões temáticas. Esse interesse só não foi motivo para o lançamento de um projecto referente a uma webtelevisão local.

8.2.7 Modelo de negócio

Outra das motivações poderia ter sido a identificação de um novo modelo de negócio, tornando o lançamento da webtelevisão num mero investimento. Os dados totais (71.4%) reflectem essa possibilidade.

Modelo de Negócio	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	66.7%	85.7%	63.6%	71.4%
<i>Não</i>	-	-	18.2%	9.5%
<i>Não Responde</i>	33.3%	14.3%	18.2%	19.1%

Quadro nº 12

Os dados obtidos junto das webtelevisões locais concluem que em 18.2% dos casos o modelo do negócio não terá sido um dos motivos para o lançamento dos projectos. Por último destacamos a esperança no modelo de negócio por parte das webtelevisões temáticas (66.7%) e regionais (85.7). Para que tal suceda talvez a explicação seja também encontrada nos mercados publicitários que nos casos em questão, são mais amplos.

Este grupo de questões relativo às motivações permite-nos retirar as seguintes conclusões: estes projectos são vistos, por parte dos seus responsáveis, como uma forma de apresentar a públicos alternativos uma “opção televisiva” diferente daquela que é oferecida pelos media tradicionais. No caso das webtelevisões regionais e locais, a divulgação da região onde se encontram inseridas é uma clara e notória motivação para a existência do projecto.

8.3 Recursos Humanos

8.3.1 Número de elementos a trabalhar na webtelevisão

Neste grupo, a primeira questão era relativa ao número total de pessoas que trabalham nas webtelevisões. Os dados totais obtidos indicam que o mais comum é a existência de 3 a 4 elementos (38.1%) nestes projectos.

Número elementos a desempenhar funções nas webtelevisões	Temática	Regional	Local	Total
+9	-	28.5%	-	9.5%
7-8	-	14.3%	45.4%	33.3%
5-6	33.3%	14.3%	18.2%	19.1%
3-4	33.3%	28.5%	36.4%	38.1%
1-2	33.3%	14.3%	-	9.5%
0	-	-	-	-

Quadro nº 13

Os dados obtidos permitem concluir que em quatro inquéritos relativos a webtelevisões regionais, o número mínimo de funcionários é de 5 e o máximo é 15. No caso das webtelevisões regionais os números apontam para uma dispersão dos

elementos, embora as variáveis (3-4 e +9) com 28.5% se destaquem. Nas webtelevisões locais a variável (7-8) apresenta alguma preponderância (45.4%).

8.3.2 Número de elementos a desempenhar funções na webtelevisão em exclusivo

E quantas destas pessoas desempenham funções em exclusivo nas webtelevisões? Os números totais apontam um dado interessante, em 28.5% dos casos as webtelevisões não tem nenhum elemento a trabalhar a tempo inteiro no projecto.

Número elementos a desempenhar funções nas webtelevisões em exclusivo	Temática	Regional	Local	Total
+9	-	14.3%	-	4.7%
7-8	-	-	9.1%	4.7%
5-6	-	28.5%	18.1%	19.1%
3-4	-	28.5%	27.2%	23.8%
1-2	33.3%	14.3%	9.1%	14.3%
0	33.3%	14.3%	36.4%	28.5%
<i>Não Responde</i>	33.3%	-	-	4.7%

Quadro nº 14

A percentagem de elementos que executa funções em exclusivo nas diversas webtelevisões é menor, comparado com o quadro anterior. Em muitos casos, estes elementos desempenham também funções em rádios e jornais dos grupos de comunicação em que as webtelevisões também estão inseridas. É nas webtelevisões regionais que se nota uma maior presença de elementos a desempenhar funções em exclusivo, existindo 71.2% dos funcionários agrupados nas variáveis entre 1-2 e 5-6.

8.3.3 Número de jornalistas a trabalhar na webtelevisão

Se nas televisões generalistas a informação ocupa apenas uma pequena parte da programação, nas webtelevisões ocorre o contrário, com a informação a ser a alma da programação. Por isso interessava saber se estes projectos empregam jornalistas. Face aos elementos recolhidos, facilmente se conclui que o número de jornalistas a trabalhar em webtelevisões pode ser considerado diminuto, sendo a variável 1-2 correspondente a 57.1% da totalidade.

Número elementos a desempenhar funções de Jornalista	Temática	Regional	Local	Total
7-8	-	14.2%	-	4.7%
5-6	-	-	-	-
3-4	-	28.5%	27.2%	23.8%
1-2	33.3%	57.1%	63.6%	57.1%
0	33.3%	-	9.09%	9.5%
<i>Não Responde</i>	33.3%	-	-	4.7%

Quadro nº 15

Esta variável (1-2) é correspondente a 57.1% nas webtelevisões regionais e a 63.6% no respeitante às locais. Em dois casos relativos a uma Temática e a uma Local, os responsáveis assumem que não existe nenhum jornalista a desempenhar funções na webtelevisão.

Os jornalistas a trabalhar em exclusivo nestes projectos acompanham os dados que foram encontrados no quadro “nº14”. Podemos considerar que o máximo de jornalistas que trabalham em exclusivo nestes projectos varia entre 1 e 2, o que representa 47.6% dos dados totais obtidos.

8.3.4 Número de técnicos de informática a trabalhar na webtelevisão

Procurámos também obter dados relativos ao número de técnicos de informática e editores de câmara a desempenhar funções nestes projectos. O número de técnicos de informática a desempenhar funções nas webtelevisões é muito reduzido, com pelo menos 1 elemento 76.5% dos casos.

Número elementos a desempenhar funções de Técnicos de Informática	Temática	Regional	Local	Total
3-4	-	-	18.1%	9.5%
1-2	66.6%	71.4%	81.8%	76.5%
0	-	28.5%	-	9.5%
<i>Não Responde</i>	33.3%	-	-	4.7%

Quadro nº 16

Tal como nos quadros anteriores procurámos encontrar o número de elementos que o fazem em regime de exclusividade e os dados obtidos confirmam a estatística dos quadros anteriores referentes aos recursos humanos, mais concretamente, no caso das webtelevisões regionais (71.4%) e local (81.8%) a variável 1-2 é a mais representativa.

8.3.5 Número de editores/operadores de câmara a trabalhar na webtelevisão

No que diz respeito ao número de elementos a desempenhar funções de Editores/Operadores de imagem, o mais comum nas webtelevisões é a existência de um ou dois elementos a desempenhar essas funções, situação detectada em 57.1% dos casos.

Número de elementos a desempenhar funções de Editores/Operadores de Imagem	Temática	Regional	Local	Total
3-4		14.2%	45.5%	28.5%
1-2	66.6%	85.7%	36.3%	57.1%
0	-	-	18.1%	9.5%
Não Responde	33.3%	-	-	4.7%

Quadro nº 17

Registámos dois casos (18.1%), em duas webtelevisões locais, nos quais não existe nenhum elemento a desempenhar essas funções. Os dados das webtelevisões regionais apontam para a existência de 1 a 2 elementos (85.7%), e nas webtelevisões locais 3-4 (45.5%), a realizar tarefas.

O número de elementos a desempenhar funções de editores/operadores de imagem a tempo inteiro, tal como nos anteriores quadros relativos aos recursos humanos, também diminui. Ainda assim, assiste-se a uma presença praticamente idêntica ao quadro “nº17” (57.1%) relativamente à variável 1-2 que regista 47.6%.

8.3.6 Formação Académica dos Recursos Humanos

A primeira questão colocada é relativa às habilitações académicas de todos os recursos humanos. Os dados totais obtidos são esclarecedores: em 44.4% dos casos existe pelo menos um elemento com uma licenciatura em jornalismo e em 22.2% há um elemento com “Outra Licenciatura” respeitante a áreas ligadas ao Som e Imagem.

Habilitações Académicas	Temática	Regional	Local	Total
<i>Licenciatura Jornalismo</i>	25%	50%	42.1%	44.4%
<i>Outra Licenciatura</i>	25%	28.5%	15.7%	22.2%
<i>Bacharel</i>	-	-	5.2%	2.7%
<i>12º ano</i>	-	21.4%	21.05%	19.4%
<i>Técnico-profissional</i>	-	-	5.2%	2.7%
<i>9º ano</i>	-	-	5.2%	2.7%
<i>Menos 9º ano</i>	-	-	-	-
<i>Não Responde</i>	50%	-	5.2%	8.3%

Quadro nº 18

Os dados obtidos representam 50% nas webtelevisões regionais e 42.1% nas webtelevisões locais relativamente a uma licenciatura na área do jornalismo, existindo nas webtelevisões regionais (28.5%) e nas locais (15.7%) elementos com licenciaturas ligadas ao som e imagem.

Procurámos perceber a possível ligação dos elementos de webtelevisões a rádios e televisões pirata; os dados obtidos reflectem que só em 28.5% dos casos existiu uma ligação a rádios pirata. Em nenhum dos 21 inquéritos detectámos uma ligação a uma televisão pirata da década de 80.

8.3.7 Formação em televisão

Em 61.9% dos dados totais é assumido que os elementos da televisão efectuaram uma formação específica nesta área.

Formação em Televisão	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	66.6%	57.1%	63.6%	61.9%
<i>Não</i>	-	42.9%	36.4%	33.3%
<i>Não Responde</i>	33.3%	-	-	4.7%

Quadro nº 19

Os números obtidos são esclarecedores, nas webtelevisões regionais (57.1%), locais (63.6%) e temáticas (66.6%), os responsáveis assumem a existência de uma formação em televisão.

8.3.8 Qual o género de formação em televisão

Na posse dos dados relativos ao quadro “nº19” colocamos uma questão relativa ao tipo de formação efectuada em televisão. Em 35.7% dos casos um curso em “edição/realização/imagem” é apontado como a formação efectuada.

Formação efectuada em Televisão	Temática	Regional	Local	Total
<i>Curso Superior</i>	50%	50%		28.5%
<i>Cenjor</i>	-	-	14.2%	7.1%
<i>Estágio</i>	-	-	28.5%	14.2%
<i>Edição/Realização/Imagem</i>	-	50%	42.8%	35.7%
<i>Não Responde</i>	50%	-	14.2%	14.2%

Quadro nº 20

A licenciatura (28.5%) é um dos pontos que mais é assinalado como factor de formação em televisão. O Estágio, realizado nas principais televisões nacionais, é também apontado como um factor de formação a qual compreende formação em edição, imagem e realização. Sómente num caso foi detectada uma formação no CENJOR em Jornalismo Audiovisual.

Estes dados reflectem uma preocupação: em muitos dos casos é entendido que a formação obtida com a Licenciatura/Estágio é o suficiente. Embora existam casos de sucesso no ensino televisivo nas universidades portuguesas, em grande parte delas ainda não existe um ateliê televisivo que contenha como suporte uma televisão universitária. A formação obtida nos estágios nas principais televisões é sem dúvida abrangente, porém e principalmente devido a questões relacionadas com o código de trabalho, nem sempre é representativa de uma prática no terreno. Efectivamente, na sua grande maioria, os estágios são efectuados apenas nas redacções sem qualquer aplicação prática. Ou seja a formação que é citada pode não ser a suficiente. Curiosamente os dados reflectem o fraco recurso ao CENJOR, um centro de formação profissional para jornalistas, para obter uma formação complementar em Jornalismo Televisivo.

8.3.9 Existência de um manual/livro de estilo

Procurámos também analisar a existência de um Manual/Livro de Estilo nas redacções das webtelevisões que permitissem uma uniformização do trabalho de cada projecto. Conclui-se que a existência de um Livro/Manual de Estilo, que permita a uniformização de todo o trabalho só existe em 28.5% dos casos.

Livro/Manual de Estilo	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	-	28.5%	36.7%	28.7%
<i>Não</i>	66.6%	71.4%	63.3%	66.6%
<i>Não Responde</i>	33.3%	-	-	4.7%

Quadro nº 21

Cruzando os valores do quadro de jornalistas com este conclui-se que existe a tendência para haver um Manual/Livro de Estilo nas webtelevisões que possuem um menor número de jornalistas.

8.4 Recursos das webtelevisões

Neste grupo são levantadas questões relativas ao formato de vídeo utilizado e quais os motivos pela opção, se os elementos da webtelevisão conseguiam actualizar o site a partir de qualquer ponto de ligação à rede e se existia um funcionamento sob base de dados do site. Abordamos também questões mais físicas como o espaço ocupado pela empresa, número de câmaras e software usado na edição dos trabalhos.

8.4.1 Formato vídeo

A primeira questão deste grupo era referente ao formato de vídeo utilizado nos sites das webtelevisões. O Flash é o formato mais utilizado (58.3%) para a disponibilização do vídeo no site.

Formato Vídeo	Temática	Regional	Local	Total
<i>Windows Media Player</i>	-	12.5%	33.3%	33.3%
<i>Quicktime</i>	-	12.5%	8.3%	8.3%
<i>Real Player</i>	-	-	-	-
<i>Flash</i>	100%	75%	58.3%	58.3%
<i>Não Responde</i>	-	-	-	-

Quadro nº 22

A tecnologia Flash é a preferida no caso das webtelevisões temáticas (100%) e regionais (75%), e embora também seja uma preferência no caso das webtelevisões locais (58.3%) regista-se uma menor diferença relativamente à disponibilização dos

conteúdos em Windows Media Player (WMP) (33.3%) que é uma opção bastante utilizada nestas webtelevisões.

8.4.2 Motivos para a utilização do vídeo

A questão seguinte relacionava-se com os motivos que levaram à opção por um formato em detrimento de outro. Em 76.1% da totalidade dos inquiridos as respostas eram dadas independentemente da utilização de Flash ou WMP.

Motivo para utilização do formato vídeo	Temática	Regional	Local	Total
<i>Qualidade Imagem/Facilidade de Compressão e utilização</i>	100%	85.7%	63.6%	76.1%
<i>Facilidade de Utilização pelos Utilizadores</i>	-	14.3%	-	4.7%
<i>Sistema adquirido com o formato</i>	-	-	9.1%	4.7%
<i>Não Responde</i>	-	-	27.3%	14.3%

Quadro nº 23

Esta questão foi colocada de forma aberta; na totalidade das webtelevisões temáticas, em 85.7% das regionais e em 63.6% das locais; os motivos referidos, para a utilização do formato de vídeo, eram relativos à qualidade da imagem, a facilidade de trabalho para o jornalista e editor de imagem, além das boas taxas de compressão.

8.4.3 Base de dados

Relativamente ao funcionamento da webtelevisão, colocámos uma questão relativamente à utilização de base de dados para gerir o site, em 76.1% das webtelevisões existe uma base de dados para gerir todo o site.

Base de Dados	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	33.3%	71.4%	90.9%	76.1%
<i>Não</i>	33.3%	28.6%	9.1	19.1%
<i>Não Responde</i>	33.3%	-	-	4.7%

Quadro nº 24

Os dados obtidos junto das webtelevisões locais são esclarecedores: em 90.1% destes projectos existe uma base de dados para gerir o site. Os números descem no caso das webtelevisões regionais (71.4%).

8.4.4 Base de dados desenvolvida ou adquirida

Mas será que o desenvolvimento das bases de dados foi efectuado pelos recursos humanos da webtelevisão ou com recurso a um produto externo? De acordo com os dados das webtelevisões que responderam afirmativamente no quadro “nº24”, 73,4% das webtelevisões desenvolveu o seu próprio CMS.

8.4.5 Número de Câmaras de filmar

O número de câmaras propriedade da empresa e os softwares utilizados na edição das peças foram as duas questões colocadas a seguir. O mais comum é a existência apenas de uma única câmara de filmar nestes projectos (28.5%).

Número de câmaras de filmar	Temática	Regional	Local	Total
+5	33.3%	14.3%	-	9.5%
4	-	42.9%	9.1%	19.1%
3	-	14.3%	18.2%	14.3%
2	-	14.3%	27.3%	19.1%
1	33.3%	14.3%	36.4%	28.5%
0	-	-	-	-
<i>Outsourcing</i>	33.3%	-	9.1%	9.5%

Quadro nº 25

Esta situação, uma única câmara de filmar, ocorre mais frequentemente nas webtelevisões locais (36.4%), onde também se assinalam vários projectos apenas com duas câmaras de filmar (27.3%). Já nas webtelevisões regionais, é comum serem utilizadas três câmaras (42.9%); as percentagens mais elevadas relacionam-se com os objectivos dos projectos de acompanhamento da realidade informativa regional, exigindo mais recursos tecnológicos e humanos.

8.4.6 Software utilizado na edição de peças

O software utilizado para a edição das peças vídeo das webtelevisões é variado, sendo o *Adobe Premiere* (40%) o mais comum.

Software usado na edição	Temática	Regional	Local	Total
<i>Pinnacle</i>	-	12.5%	21.4%	16%
<i>Final Cut</i>	-	12.5%	-	4%
<i>Movie Maker</i>	33.3%	-	-	4%
<i>Adobe Premiere</i>	33.3%	50%	35.7%	40%
<i>I Movie</i>	33.3%	-	14.2%	12%
<i>Sony Vegas</i>	-	12.5%	7.1%	8%
<i>Edius</i>	-	12.5%	14.2%	12%
<i>Adobe Flash C3</i>	-	-	7.1%	4%

Quadro nº 26

Os dados apontam para uma enorme variedade na utilização de software de edição. Todavia o *Adobe Premiere* é a primeira opção no caso das webtelevisões regionais (50%) e das locais (35.7%).

8.4.6 Área Ocupada

Por último, colocámos questões relativas à área física ocupada pela webtelevisão e qual a condição de utilização do espaço. Os dados totais são curiosos em 23.8% dos casos a área ocupada pela webtelevisão varia entre 250-300 m², ou apresentam menos de 50 m² também em 23.8% dos casos.

Área Ocupada em m ²	Temática	Regional	Local	Total
250-300	33.3%	14.2%	27.3%	23.8%
200-249	-	14.2%	-	4.7%
150-199	-	-	9.1%	4.7%
100-149	-	-	18.2%	9.5%
50-99	-	28.6%	9.1%	14.3%
Menos de 50	33.3%	14.2%	27.3%	23.8%
Não Responde	33.3%	28.6%	9.1%	19.1%

Quadro nº 27

Os dados totais obtidos são assim em parte devido às webtelevisões locais que em 27.3% dos casos reflectem os dados totais obtidos. No caso das webtelevisões regionais (28.6%) o mais comum é a ocupação de um espaço entre os 50 e os 99 metros².

O espaço ocupado pelas webtelevisões é sobretudo alugado (28.5%) e em vários casos é partilhado com outros meios e serviços (42.8%).

8.5 Opinião nas webtelevisões

Dentro dos conteúdos disponibilizados, procurámos saber se a Área de Opinião é valorizada pelas webtelevisões. Em 71.4% dos casos esta é uma situação que não ocorre.

Área de Opinião	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	-	14,3%	36,4%	23,8%
<i>Não</i>	66,7%	85,7%	63,6%	71,4%
<i>Não Responde</i>	33,3%	-	-	4,7%

Quadro nº 28

Este tema é pouco explorado pelas webtelevisões, com as locais (36.4%) a demonstrarem especial preferência por este recurso, que só é detectado em 14.3% nas webtelevisões regionais.

8.6 Características do site

Após a recepção dos inquéritos, procedemos a um estudo do site de cada projecto observando as suas características, programação e serviços oferecidos.

8.6.1 Emissão

Os dados obtidos confirmam que em 85.7% das webtelevisões a emissão inicia de forma automática, e só em casos esporádicos é que é dada ao utilizador a escolha, através do vídeo-on-demand, do que pretende ver.

Emissão começa Automaticamente	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	66.7%	85.7%	90.9%	85.7%
<i>Não</i>	33.3%	14.3%	9.1%	14.3%

Quadro nº 29

É reduzido o número de webtelevisões que não disponibiliza os seus conteúdos de forma automática ao utilizador. Isto sucede em 14.3% das webtelevisões regionais e em 9.1% das webtelevisões locais.

8.6.2 Receitas

Em 66.6% dos casos, a publicidade é local, sendo residual a presença de publicidade nacional (9.5%).

Publicidade	Temática	Regional	Local	Total
<i>Local</i>		85.7%	72.7%	66.6%
<i>Nacional</i>	33.3%		9.1%	9.5%
<i>Ambas</i>	33.3%	14.3%		9.5%
<i>Sem publicidade</i>	33.3%		18.2%	14.3%

Quadro nº 30

No caso das webtelevisões regionais (85.7%) e locais (72.7%) a publicidade local é presença nos sites das webtelevisões. Os banners são o formato de publicidade mais utilizado, embora existam casos nos quais a publicidade é inserida ao longo da emissão.

8.6.3 Links

A existência de links para instituições da região, órgãos de informação do grupo e empresas que publicitam nestas webtelevisões foi também alvo da nossa atenção. Esta situação não sucede em 71.4% dos casos.

Links	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	33.3%	42.9%	18.2%	28.5%
<i>Não</i>	66.7%	57.1%	81.8%	71.4%

Quadro nº 31

No caso das webtelevisões locais os números são esclarecedores em 81.8% dos casos não existe qualquer link. Nas webtelevisões regionais os dados são mais equilibrados, em 57.1% dos casos não existem links mas em 42.9% existe esse recurso. Todavia, mesmo no caso em que os links existem, estes são limitados, normalmente, à rádio ou jornal do grupo.

8.6.4 Comentários

A possibilidade de comentar as peças de vídeo foi também uma das possibilidades que pesquisámos. Os dados recolhidos são claros: em 76.2% dos dados totais essa funcionalidade não existe.

Possibilidade comentar peças vídeo	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>		42.9%	18.2%	23.8%
<i>Não</i>	100%	57.1%	81.8%	76.2%

Quadro nº 32

Embora os dados totais apontem para a quase inexistência deste recurso, esta é uma situação mais prevista nas webtelevisões regionais (42.9%).

8.6.5 Vídeo com texto

Se é diminuto o número de webtelevisões que permite comentários, será que os vídeos são acompanhados de pequenos textos que contextualizem a peça, quando observada em vídeo-on-demand? Em 61.9% dos casos a peça é contextualizada.

Vídeo com texto	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	33.3%	85.7%	54.5%	61.9%
<i>Não</i>	66.7%	14.3%	45.4%	38.1%

Quadro nº 33

No caso das webtelevisões regionais a funcionalidade existe em 85.7% dos casos. Já os números registados nas webtelevisões locais são mais equilibrados, embora em 54.5% dos casos exista a possibilidade de comentar as notícias disponibilizadas.

8.6.6 Actualizações

A actualização de conteúdos por parte das webtelevisões também foi analisada. Em 66.7% dos casos a actualização é semanal.

Actualização conteúdos	Temática	Regional	Local	Total
<i>Diária</i>	66.7%	14.3%	36.4%	33.3%
<i>Semanal</i>	33.3%	85.7%	63.6%	66.7%

Quadro nº 34

Os dados obtidos apontam para uma actualização maioritariamente semanal, embora em 14.3% das webtelevisões regionais e 36.4% das webtelevisões locais exista uma actualização diária dos conteúdos.

8.6.7 Arquivo

A existência de um arquivo que permita ao utilizador pesquisar peças antigas foi também uma das funcionalidades que procuramos nos sites. Em 61.9% dos dados totais existe um arquivo e um motor de busca para efectuar a pesquisa.

Arquivo pesquisável	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	66.7%	71.4%	54.5%	61.9%
<i>Não</i>	33.3%	28.6%	45.4%	38.1%

Quadro nº 35

As webtelevisões regionais são aquelas que valorizam mais esta possibilidade (71.4%).

A programação das webtelevisões é sobretudo informativa. As secções mais comuns neste género de projectos seguem a organização tradicional da imprensa: Local/Concelho, Regional, Sociedade, Desporto, Cultura, embora se encontre em menor número secções como: Saúde, Política, Opinião, Vox pop e Música. No caso das webtelevisões temáticas encontrámos Desporto, Ambiente, Música, Filmes e Desportos Radicais.

8.6.8 Informações úteis

Sendo a organização semelhante à da imprensa, procurámos saber se as informações úteis habituais nos jornais também são oferecidas pelas webtelevisões. Os dados totais são equilibrados, embora se registe que só em 42.8% dos casos se consiga obter pelo menos uma das informações que procurada.

Informações úteis	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>		28.6%	63.6%	42.8%
<i>Não</i>	100%	71.4%	36.4%	57.1%
<i>Não Responde</i>				

Quadro nº 36

No que concerne às webtelevisões regionais, conclui-se que não disponibilizam estas funcionalidades em 71.4% dos casos.

8.6.9 Fórum/Chat

Sendo meios interactivos seria natural que disponibilizassem um Fórum ou um chat, mas em 76.2% dos casos estas duas funcionalidades não estão previstas.

Fórum/chat	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	33.3%	14.3%	27.3%	23.8%
<i>Não</i>	66.7%	85.7%	72.7%	76.2%

Quadro nº 37

Apesar dos números obtidos serem diminutos, são as webtelevisões locais que valorizam mais esta possibilidade (27.3%).

8.6.10 Contactos

Os contactos da Equipa foi também uma das situações observadas. Em 85.7% dos casos, o único contacto que existe é o geral, ou redacção/departamento comercial.

Contactos Equipa	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	33.3%		18.2%	14.3%
<i>Não</i>	66.7%	100%	81.8%	85.7%

Quadro nº 38

Só em 14.3% dos casos é que se verificam os contactos pessoais dos elementos das webtelevisões. Embora seja comum a existência de pelo menos o email geral, contacto telefone e telemóvel, em certas situações fomos obrigados a uma pesquisa profunda e em algumas ocasiões, demorada, para encontrar os contactos telefónicos e o nome dos responsáveis.

8.6.11 Newsletter

Em 66.7% dos casos não existe forma do utilizador aceder a uma newsletter.

Newsletter	Temática	Regional	Local	Total
<i>Sim</i>	33.3%	42.9%	27.3%	33.3%
<i>Não</i>	66.7%	57.1%	72.7%	66.7%

Quadro nº 39

A newsletter é usada sobretudo pelas webtelevisões regionais (42.9%), todavia registamos que a sua utilização nem sempre é eficaz e na maior parte dos casos não se regista uma periodicidade semanal no envio da mesma.

Em nenhum dos casos observados foi requerido o registo para aceder aos conteúdos disponibilizados pelas webtelevisões, embora existisse essa possibilidade em alguns canais, caso o utilizador pretendesse comentar ou assinar uma newsletter. A utilização de um contador de visitas é também residual, sendo apenas detectado uma única vez numa webtelevisão local.

A emissão em directo também é muito rara: apenas em 9.5% dos casos o fazem e por um período máximo de três horas efectuadas.

9. Conclusões

As webtelevisões portuguesas são projectos empresariais de comunicação (modelo empresarial) ou iniciativas dinamizadas de pessoas ou instituições sem fins lucrativos (modelo amador).

As webtelevisões de modelo empresarial, geralmente ligadas a empresas de comunicação ou a produtoras vídeo, apresentam, por norma, um investimento financeiro inicial que varia entre os 15 e os 25 mil euros (100 mil euros -máximo), um valor bastante alto quando comparado com os investimentos das televisões do modelo amador.

É na publicidade e na venda de conteúdos e serviços que ambos os modelos procuram a recuperar os investimentos iniciais e os custos mensais que, obviamente, são também mais altos no caso das webtelevisões integradas no modelo empresarial.

A existência de rivalidades locais, a débil estrutura organizacional acabam por se reflectir na qualidade dos projectos, e atingindo ainda as políticas de contratação de recursos humanos, problemas que afectaram as rádios locais nos primeiros anos, pelo que os dinamizadores das webtelevisões devem saber tirar ilações da história recente. A aposta em associações regionais para partilha de conteúdos pode ser crucial para a sobrevivência dos projectos.

Para além da organização regional, as webtelevisões devem criar um movimento nacional à imagem das rádios locais pois só dessa forma será criado um quadro legislativo que integre o fenómeno no panorama mediático nacional. O reconhecimento das webtelevisões como meios de comunicação poderá ser um passo importante no sentido destes ganharem posição junto das agências de publicidade e dos anunciantes, deixando de ser vistos como um fenómeno marginal sem qualquer impacto na sociedade.

O fortalecimento das webtelevisões poderá ter impactos no campo da captação de receitas, mas tornará também o sector mais atraente para os profissionais.

Actualmente, os recursos humanos das webtelevisões estão ligados a rádios ou jornais e nalguns casos a produtoras de conteúdos e produtoras de vídeo. O trabalho em exclusivo nas webtelevisões é raro, principalmente nos jornalistas, excepto em algumas webtelevisões regionais. Relativamente aos operadores de câmara e editores de imagem, em vários casos foi referido que estas duas funções eram cumpridas por um só elemento, uma tendência semelhante à que se verifica nas televisões.

No campo da formação académica dos recursos humanos das webtelevisões, a licenciatura em Ciências da Comunicação/ Jornalismo é, naturalmente, a mais representada. Em todas as webtelevisões existe, pelo menos, um elemento com formação superior, uma situação que pode reflectir uma preocupação dos responsáveis com a solidez nos projectos. Apesar disso, a formação na área de televisão ou de web ainda não é uma preocupação dos promotores dos projectos. Apenas em cinco casos foi detectada a realização de um estágio nas televisões nacionais, enquanto que noutros é referida a licenciatura ou a participação em televisões universitárias, como experiência prévia de televisão. Só em um caso foi detectado uma formação no CENJOR, no Atelier de Jornalismo Televisivo.

As webtelevisões pretendem ser uma alternativa aos media tradicionais, pretendem atingir públicos alternativos e procuram ter uma intervenção cívica na região, de acordo com os dados obtidos nos quadros nº6, 7 e 8 deste trabalho.

Os conteúdos oferecidos pelas webtelevisões abarcam os temas tradicionais dos meios de comunicação local e regional, tendo sido identificadas, embora com variações de nome, as seguintes temáticas: Sociedade, Local, Desporto, Cultura, bem como a quase inexistência de conteúdos relacionados com a Política, a Opinião e a Vox Pop. A pouca expressão de áreas de Política, Opinião e Vox Pop, aliada também à quase inexistência do debate e da entrevista, acaba por prejudicar as webtelevisões com características regionais e locais, abandonando elas próprias a capacidade de ajudar na criação do espaço público das populações onde se inserem. A informação local e regional assumem especial importância já que servem os cidadãos e podem dar voz às suas necessidades colectivas. A webtelevisão, principalmente a local e regional, deve apostar na informação de proximidade como forma de ganhar audiências junto da comunidade onde se inserem.

As webtelevisões estão numa excelente posição para assegurarem alguns dos objectivos que constam do Estatuto da Imprensa Regional. Os meios de comunicação social regionais devem promover a informação regional, contribuir para o desenvolvimento, cultura e identidade regional do envolvimento social político e económico, promover o acesso à informação das populações e contribuir para o enriquecimento cultural e informativo destas. Devem ainda assegurar às comunidades portuguesas emigradas informações sobre as suas comunidades de origem, trabalho que pode e deve ser feito pelas webtelevisões.

Os conteúdos apresentados pelas webtelevisões estudadas apresentam uma organização de conteúdos muito próxima à dos jornais. Entendemos que essa organização é um mero reflexo da ligação que algumas das webtelevisões possuem com jornais locais e regionais, sendo por isso natural que a organização dos conteúdos seja idêntica à organização de um jornal. Esta situação também foi sentida nas primeiras rádios, em que a organização informativa era muito parecida àquela que era apresentada pelos jornais.

A inexistência de legislação que enquadre o fenómeno das webtelevisões pode ser determinante também para o seu futuro. Ao utilizarem a Internet, as webtelevisões, podem criar pontes entre os novos e os velhos media, aproveitando as experiências boas e más das rádios locais, jornais locais e regionais.

A procura de uma audiência só será possível se as webtelevisões apresentarem sites cuidados e com funcionalidades, como e-mails de contacto de todos os elementos, fóruns e contactos telefónicos, algo que nem sempre ocorre.

Um outro contributo para a afirmação das webtelevisões poderá ser a divulgação destes projectos na comunicação social tradicional, também como aconteceu com a blogoesfera. Este destaque obtido a nível nacional despertou a atenção da SAPO, o principal motor de buscas português, que dispõe já de várias webtelevisões na sua página, como a TV Net, Minho Actual TV, GMR TV, entre outros. O Canal 6, canal mosaico, da Pluricanal, disponibiliza os programas de informação de duas webtelevisões regionais, a TV Tejo e a Oeste TV. Desta forma os conteúdos são

transmitidos via cabo. A Minho Actual TV, uma webtelevisão regional, apresenta todos os domingos um programa de uma hora na emissão da Porto Canal, um canal regional presente em redes cabo.

De momento são mais as questões que estes projectos levantam do que as respostas que nos fornecem. O meio ainda é pequeno e instável, pelo que demorará algum tempo até ganhar o peso institucional necessário para ser reconhecido como um novo meio de comunicação. A organização de um primeiro congresso nacional de webtelevisões poderia ser um passo importante no sentido de se constituir um movimento semelhante ao que levou à legalização das rádios locais.

O acompanhamento das eleições autárquicas poderá ser um bom momento para a afirmação das webtelevisões locais e regionais, uma vez que a imagem continua a ser o conteúdos mais poderoso e nos concelhos mais pequenos só as webtelevisões poderão fazer a cobertura das campanhas.

Para além dos desafios relacionados com a organização, existem outras questões por resolver, estas mais no campo da investigação. Com características próprias, as webtelevisões precisam de um estilo/linguagem adequado às suas características, nomeadamente ao nível das técnicas de captação de imagem, redacção e apresentação de conteúdos.

Por último o factor económico. Acreditamos que a sobrevivência das webtelevisões depende muito da capacidade de captar receitas publicitárias. Nesta fase inicial em que as receitas e os recursos humanos escasseiam, a qualidade poderá passar pelo estabelecimento de acordos com rádios e jornais locais, utilizando as estruturas destes meios. É uma forma de atingir um patamar qualitativo aceitável, permitindo ainda ganhos ao nível da credibilidade, um factor crucial em qualquer meio de comunicação social.

Bibliografia

Abreu, J. T. F. e Branco, V. (2007). *A convergência TV-Web: motivações e modelos*. Visitado a 17 de Outubro de 2007 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-ferraz-convergencia-TV-Web.pdf>

Albornoz, L.A (2002). “Televisións Públicas Autonómicas En España y Normalización Lingüística. El Caso de Telemadrid: Una Cadena Autonómica Singular, visitado a 5 de Junho de 2008 – colocar site

Bardin, L. (2004). *Análise de Conteúdo*, Edições 70, Lisboa

Bilbao-Fullaondo, J. e Desvois J.M. (org) (1993). *Imagenes Reciprocas En Los Medios de Comunicacion Social*, Servicio Editorial de la Universidad el País Vasco, Bilbao

Bonixe, J.L.R. (2003). *As Rádios Locais em Portugal: Informação e função social – Uma análise dos noticiários das rádios do distrito de Setúbal*. Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.

Braumann, P.J. (2008). *A Televisão na Era Digital: novos desafios*. Visitado a 7 de Junho de 2008, <http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/viewFile/63/64> . Em Martins, M.L; Pinto, M. (Orgs.) (2008). *Comunicação e Cidadania – Actas do 5 Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*, 6-8 Setembro de 2007, Braga. Visitado a 7 de Junho de 2008, <http://lasics.uminho.pt>

Cádima, F. R. (1996). *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*. Lisboa: Editorial Presença.

Cádima, F.R. (1996). *História e Crítica da Comunicação*, Lisboa, Edições Século XXI

Cádima, F.R. (1998). *Mitos e Realidades das Indústrias da Convergência*, visitado a 5 de Junho de 2008. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cadima-mitos-realidades-industrias-convergencia.pdf>

Cádima, F.R. (1999). *A União Europeia e os Media em Portugal; Os casos do Diário de Notícias e do Público*, visitado a 5 de Junho de 2008. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cadima-rui-uniao-europeia.pdf>

Cádima, F.R. (1999). *História Tempo e Media*, visitado a 5 de Junho de 2008. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cadima-historia-tempo-media.pdf>

Cádima, F.R. (1999). *Redes à Beira de um ataque de Conteúdos*, visitado a 5 de Junho de 2008. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cadima-rui-redes-conteudos.pdf>

Cádima, F.R. (1999). *Algumas questões em torno do desenvolvimento científico e tecnológico português face às indústrias da convergência*. Visitado a 5 de Junho de 2008. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cadima-desenvolvimento-cientifico-convergencia.pdf>

Cádima, F.R. (2005). *Televisão Light ou Analgésico Pós-Laboral*, visitado a 5 de Junho de 2008. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cadima-rui-televisao-light-analgésico-pos-laboral.pdf>

Cantos, F. L. (2003). *La Televisión Local en El Contexto Audiovisual – Análisis del Sector en la Provincia de Castellón*, visitado a 1 de Junho de 2008, http://www.tesisenxarxa.net/TESIS_UJI/AVAILABLE/TDX-1216103-132653//lopez.pdf

Cantos, F. L. (2005). *La Situación de La Televisión Local en España*, Univrsitat Autònoma de Barcelona, Barcelona

Cardoso, G. (2003). *Internet*, Quimera Editores, Lisboa

Cardoso, G. (2005). “Os Media na Sociedade em Rede – A Cidadania entre Montras, Filtros e Notícias”, Tese de Doutoramento em Sociologia, Especialidade em Comunicação, Cultura e Educação, ISCTE, Lisboa

Coelho, P. (2003). *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público – Um estudo sobre a situação portuguesa*, Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação (Variante Estudo dos Media e Jornalismo), UNL, Lisboa

Correia, J.C. (1997). *O Espaço Público e a Indústria Jornalística: comunicação regional, acção social e interacção*, Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, UBI, Covilhã

Fidalgo, A. (sem data). *JAC ou o Jornalismo Assistido por Computador*. Visitado a 18 de Maio de 2008, http://www.labcom.ubi.pt/jac/o_que_e_jac.html

Garitaonandia, C. (1997). *Las Televisiones Regionales en Europa*. Visitado a 4 de Junho de 2008, <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/mediatika/06101119.pdf>

Granado, A. (2002). *Os média Portugueses na Internet*. Visitado a 6 de Janeiro de 2008, <http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.htm>

Igartua, J. J. e Humanes, M. L. (2004). *Teoría e Investigación en Comunicación Social*, Editorial Síntesis, Madrid

Islas, O. (2006). *La mediamorfosis de la televisión e Internet desde la óptica mcluhaniana*. Visitado a 10 de Março de 2008 – <http://www.lacoctelera.com/myfiles/octavio-islas/Television-e-internet.pdf>

Lopes, F. (2007). *A TV das Elites, Estudo dos Programas de Informação Semanal dos Canais Generalistas (1993-2005)*, Campo das Letras, Porto

Lopes, F. (2008). *Da pós-neotelevisão: a reconfiguração do prime-time nos canais generalistas portugueses*. Em Pinto, M e Marinho, S. (org.) (2008) – *Os Media Em Portugal Nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI*, (pp. 249-399), Porto

López, S. R; Paredes, T. M. (2005). *Políticas de Programación de las Televisiones Públicas Españolas*. Visitado a 4 de Junho de 2008 – http://www.fisec-estrategias.com.ar/1/fec_01_com_ruano.pdf

López, X. (2005). *Os media na Galiza: as famílias mandam*. Visitado a 4 de Junho de 2008
http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/cs_um/rt/captureCite/4714/4428

Marinho, S. e Pinto, M. (2008). Cronologia dos Media 2000-2004. Em Pinto, M e Marinho, S. (org.) (2008) – *Os Media Em Portugal Nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI*, (pp. 249-399), Porto

Martins, M. L. e Oliveira, M. (org.) (2007) – *Revista Comunicação e Sociedade – Tecnologia e Figurações do Humano*, nº12, Campo das Letras, Porto

Martins, M.L; Pinto, M. (Orgs.) (2008). *Comunicação e Cidadania – Actas do 5 Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*, 6-8 Setembro de 2007, Braga. Visitado a 7 de Junho de 2008, <http://lasics.uminho.pt>

Martins, C. (2006). *A identidade da Televisão*. Visitado a 18 de Abril de 2008
<http://www.clubedejornalistas.pt/DesktopDefault.aspx?tabid=532>

Matos, Á. B. (2004). *La desregulación invisible: el caso de la televisión local por ondas en España*. Visitado a 6 de Janeiro de 2008, <http://bocc.ubi.pt/pag/matos-angel-comunicacao-la-desregulacion-invisible.pdf>

Matilla, A.; Martinez, L.M.; Henriquez, C.; Roncagliolo, R. e Chaparro, M. (1999). *Conclusiones II Congreso de Radios y Televisiones Locales Públicas y Alternativas*. Visitado a 2 de Junho de 2008 – http://www.dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=229988&orden=76778

Moragas, M. e Prado, E. (1991). *Televisión Locales – Tipologías y Aportaciones de la Experiencia Catalana*”, Colegi de Periodistes de Catalunya

Moragas, M; López, B. e Garitaonandía, C (org) (1999). *Televisión de Proximidad en Europa – Experiencias de Descentralización en la Era Digital*, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona

Mota, D. (2008). *A televisão regional e local na periferia das políticas de comunicação*. Em Pinto, M e Marinho, S. (org.) (2008) – *Os Media Em Portugal Nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI*, (pp. 249-399), Porto

Mota, D. (2008). “A Televisão Adiada: as políticas para a televisão regional e local em Portugal, Visitado a 8 de Maio de 2008, http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/cs_um/article/viewPDFInterstitial/4710/4424

Nobre-Correia, J. M. (2008). “*Península Ibérica, Dois Panoramas Contrastados*”, visitado a 18 de Abril de 2008, <http://www.clubedejornalistas.pt>

- Nogueira, L. (2004). O Jornalismo Audiovisual On-line e as suas fases na Web. visitado a 10 de Maio de 2008, www.facom.ufba.br/jol/materias/v_ibero_trabalhos_selecionados.htm
- Pinto, M. e Santos, L. A. (org.) (2006) – Revista Comunicação e Sociedade – Jornalismo e Internet, nº9-10, Campo das Letras, Porto
- Pinto, M e Marinho, S. (org.) (2008) – Os Media Em Portugal Nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI, Campo das Letras, Porto
- Richeri, G. (1995). “Las televisiones autonómicas ante la perspectiva audiovisual”. Em Pérez Órnia, J.R. (Ed): La Nueva perspectiva audiovisual. El reto de la televisión pública regional. Edt. Telemadrid. Págs. 35-42.
- Rocha, N. em, Quintero, A. P. (1996), História da Imprensa, Planeta Editora, Lisboa
- Rushton, D. (1994). Local Television Reviewed – essays on local television 1982-1993, Institute of local television, Edinburgh
- Saad, B. (2003). Estratégias para a mídia digital – Internet, Informação e Comunicação, São Paulo Senac Editora, São Paulo
- Santos, R. (2008). Rádios Locais em Portugal, 2000-2004. Em Pinto, M e Marinho, S. (org.) (2008) – Os Media Em Portugal Nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI, (pp. 249-399), Porto
- Sinclair, J. (2000), Televisión: comunicación global y regionalización, Gedisa Editorial, Barcelona
- Soares, T. M. (2006). Cibermedi@: Os meios de comunicação social portugueses online. Visitado a 16 de Março de 2008. www.bocc.ubi.pt/pag/soares-tania-cibermedia.pdf
- Sousa, H. (2000). “Políticas da Comunicação: Reformas e Continuidades”, visitado a 9 de Junho de 2008 – <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/1227>
- Sousa, H. (1994). Portuguese Media: New forms of concentration. Visitado a 9 de Junho de 2008 – <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-helena-coreia.html>
- Sousa, H. (1996). Portuguese Television Policy in the International Context: An analysis of the Links with the EU, Brasil and the US. visitado a 9 de Junho de 2008. <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-helena-portuguese-television-sydney.html>
- Tenreiro, C. C. (2004). “Contextualización e Análise da Televisión de Galicia no Âmbito de Televisións Rexionais”. Visitado a 18 de Abril de 2008, <http://www.bocc.ubi.pt/pag/tenreiro-carmen-ciller-contextualizacion-e-analise-da-television-de-galicia-no-ambito-europeo-de-tevisions-rexionais.pdf>.
- Turmo, F. S. (2005). *Las Nuevas Estrategias de las radiotelevisiones públicas en las comunidades autónomas españolas*. Visitado a 23 Novembro de 2007,

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/turmo-fernando-sabes-las-nuevas-estrategias-de-las-radiotelevisiones-publicas-en-las-comunidades-autonomas-espanolas.pdf>.

Turmo, F. S. (2006). Estrategias Y Retos de La Radio Televisión Pública Autonómica Aragonesa. Visitado a 18 de Abril de 2008 www.unav.es/fcom/cicom/PDF%20Comunicaciones/grupo%201/Fernando%20Sabes.pdf

Turmo, F. S. (2006). *La Segunda Gran Descentralización de Las Televisiones Autonómicas en España*. XIII Jornadas de Jóvenes Investigadores de la Comunicación, Zaragoza

Vacas, F. (2005). “La Televisión En Extremadura: Un Proyecto de Televisión Regional”, visitado a 4 de Junho de 2008, <http://www.juntaex.es/consejerias/infraestructuras-desarrollo-tecnologico/dg-sociedad-informacion/Publicaciones/common/TOMO1TELEVISION.pdf>

Velho, A. P. M. (2004). À procura de uma linguagem para o Jornalismo na webtv: uma análise introdutória. Visitado a 10 de Maio de 2008. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1667-1.pdf>

Vivar, J. F. e Guadalupe, G. A. (2005), Modelos de negocio en el ciberperiodismo, Fragua Editorial, Madrid

Wolton, D. (2000). E Depois da Internet?, Difel, Algés

Zallo, R. Org. (1995). Industrias y Políticas Culturales en España y País Vasco, Servicio Editorial Universidad Del País Vasco, Bilbao

ANEXOS

INQUÉRITO

Instruções:

1. Nas respostas de escolha múltipla, apagar as opções que não interessarem
2. Nas restantes perguntas, responder sucintamente após os :
3. Caso pretenda acrescentar alguma informação, faça-o no espaço reservado às observações

Nome da Televisão:

Data de início da emissão:

Responsável pela Televisão:

Contactos:

1.Características do site

1.1 A Tem áreas de Opinião? Sim Não

1.1.1 Caso tenha respondido SIM, que profissões ou cargos (Políticos ou não) possuem os Opinion Makers da Televisão:

2.Tecnologias

2.1 Formato do vídeo:

Windows Media Player Quicktime Real Flash

2.1.1 Qual a razão de utilização do formato de vídeo?

2.2 Funciona sobre base de Dados? Sim Não

2.3 Os colaboradores podem actualizar o site a partir de qualquer local com ligação à rede? Sim Não

2.3.1 Em caso afirmativo, o software que suporta o *back-office* (CMS) foi adquirido ou desenvolvido pela Vossa empresa?

2.4 Quantas câmaras de vídeo são propriedade da empresa?

2.5 Qual o software utilizado na edição?

2.6 Qual a área ocupada pela televisão (m2):

2.7 A área utilizada pela televisão é:

- Espaço Alugado
- Espaço Adquirido
- Partilha espaço com outro meio
- Partilha espaço com negócio do proprietário

3.Recursos Humanos

3.1 Quantas pessoas que trabalham na televisão?

3.1.1 Destas, quantos o fazem a tempo inteiro:

3.2 Quantos são jornalistas:

3.2.1 Destes, quantos o fazem a tempo inteiro.

3.2.2. Caso não o façam a tempo inteiro, em que outro meio colaboram? Rádio Imprensa escrita TV

3.3 Quantos são técnicos de informática trabalham na televisão:

3.3.1 Destes, quantos o fazem a tempo inteiro.

3.4 Quando são editores/operadores de câmara trabalham na televisão:

3.4.1 Destes, quantos o fazem a tempo inteiro.

3.5 Que tipo de formação possuem os jornalistas e editores de imagem/operadores de câmara :

. Licenciatura na área do Jornalismo -

. Outra Licenciatura -

. 12º ano -

. 9º ano -

. Menos de 9º ano -

3.6 Algum elemento da Televisão esteve ligado ao fenómeno das rádios locais pirata/ ou televisões locais pirata, nos anos 80?

3.6.1 Quais foram os projectos?

3.7 Os elementos da televisão fizeram algum tipo de formação em televisão?

Sim Não

3.7.1 Em caso afirmativo, que formação?

3.8 Possuem Livro de Estilo ou Manual de Estilo? Sim Não

4. Proprietários

4.1 Empresa privada Cooperativa Outra (qual?)

4.2 O capital da empresa tem participação de instituições públicas:

Sim Não

4.2.1 Em caso afirmativo, de que tipo?

5. Investimento

5.1 Valor aproximado do Investimento inicial (excluindo compra de instalações):

5.2 Valor aproximado dos custos mensais:

6. Receitas

6.1 De onde provêm as receitas da web tv?

- Publicidade

- Apoios institucionais

- Venda de Serviços

- Venda de Conteúdos

7. Motivações que levaram ao lançamento da webtv

7.1 Criar uma alternativa aos <i>media</i> tradicionais	Sim	Não
7.2 Atingir públicos alternativos	Sim	Não
7.3 Ter intervenção cívica na região	Sim	Não
7.4 Divulgar a região	Sim	Não
7.5 Motivações políticas	Sim	Não
7.6 Interesse pelas novas tecnologias	Sim	Não
7.7 Acreditar neste modelo de negócio	Sim	Não

8. Apoios

9. Encontro Web TV

Pensa que seria interessante organizar-se um Encontro Nacional de Web Televisões?

9.1 - Em caso afirmativo, que personalidade gostaria de ouvir falar sobre o tema?

9.2 - Estaria disponível para participar?

9. Observações:

OBSERVAÇÃO SITE

1.Características do site

1.1 A emissão começa automaticamente? Sim Não

1.2 Publicidade?

- Local -
- Nacional -
- Ambos -
- Não tem -

1.4 Top de “mais lidas”. Sim Não

1.5 Possibilidade de comentar as notícias: Sim Não

1.6 Lista de links: Sim Não

1.7 O vídeo é acompanhado da notícia em texto: Sim Não

1.8 Actualização de conteúdos:

- Várias vezes ao dia -
- Diária -
- Semanal -

1.9 O utilizador deve registar-se para aceder aos conteúdos? Sim Não

1.10 Tem contador de visitas: Sim Não

1.11 Está associado a outro meio?

Rádio -
Jornal-
Ambos
Outro (Qual)

2.Programação:

2.1 Tem emissão em directo? Sim Não

2.1.2 Em caso afirmativo, quantas horas, e em que dias?

2.1.3 Tem emissão em contínuo? Sim Não

2.3 Tipo de programação:

Informação
Outra (Qual?)

2.4 Caso tenha informação, quais as secções existentes.

Local
Desporto
Cultura
Sociedade
Internacional
Negócios
Opinião
Últimas

2.5 Caso existam outro tipo de secções refira quais:

2.6 A informação é apresentada por pivot: Sim Não

3.Serviços oferecidos

3.1 Vendas Sim Não

3.2 Informações úteis: Sim Não

Quais?

Meteorologia -
Farmácias de Serviço -
Agenda Cultural -
Outros-

3.3 Disponibiliza Fórum/Chat: Sim Não

3.4. Disponibiliza contactos da equipa: Sim Não

3. Disponibiliza Newsletter: Sim Não

Sites das webtelevisões por ordem alfabética

- Amarante TV – <http://www.amarante.tv>
- Aveiro TV - <http://www.aveiro.tv>
- Atletismo TV – <http://www.atletismo.tv>
- Alto Tâmega TV – <http://www.altotamegatv.com>
- Barcelos TV - <http://www.barcelostv.com>
- Basto TV - <http://www.bastotv.com>
- Beira TV - <http://www.beiratv.pt>
- BTT TV - <http://www.btt-tv.com>
- Canal do Sul - <http://www.canaldosul.com>
- Dão TV - <http://www.daotv.pt>
- Douro TV - <http://www.dourotv.com>
- Eol TV - <http://www.eoltv.pt>
- ESEC TV - <http://ndsim.esec.pt/pagina/esectv/>
- Espinho TV - <http://www.espinhotv.com>
- Fama TV - <http://www.famatv.com>
- GMR TV - <http://www.gmrtv.pt>
- Hard Sound TV - <http://www.hardsoundtv.com>
- Hi-life TV - <http://www.hi-life.tv>
- IPV TV - <http://www.ipv.pt/vtv/>
- Jornal do Douro TV - <http://www.jornaldodouro.tv>
- Loulé TV - <http://www.louletv.pt>
- Loures TV - <http://www.loures.tv>
- Maior TV - <http://www.maiortv.com>
- Malta TV - <http://www.maltaonline.missiva.net/MALTATV/MALTATV.htm>
- Minho Actual TV - <http://www.minhoactual.tv>
- Mirandela TV - <http://www.mirandelatv.com.sapo.pt>
- O Mirante TV - <http://www.omirante.pt/omirantetv/>
- Oeste tv - <http://www.oeste.tv>
- Odivelas.TV - <http://www.odivelas.com>
- Odivelas TV - <http://www.odivelas.tv>
- Óbidos TV – <http://www.obidos.tv>
- Paintball TV – <http://www.paintballnatv.com>
- Penafiel TV – <http://www.penafiel.tv>
- Porti TV - <http://www.portitv.com>
- Quercus TV – <http://www.quercustv.org>
- Região Transmontana TV – <http://www.regiaostransmontava.com>
- RegiTV - <http://www.reginet.pt/regitv.asp>
- Rota da Luz TV – <http://www.rotadaluz.tv>
- RTV Algarve - <http://www.rtv.algarve.pt>
- Santo Tirso TV - <http://www.santo-tirso.tv>
- SCE TV – <http://www.scespinho.pt>
- Som Luso TV - <http://www.somluso.tv>
- Torres TV - <http://www.torrestv.com>
- Torganetwork - <http://www.torganetwork.no.sapo.pt>
- Trofa TV - <http://www.trofa.tv>

- TUBI - <http://www.tubi.ubi.pt>
- TV Alentejo - <http://www.tvalentejo.tv>
- TV Algarve - <http://www.tvalgarve.pt>
- TV Almada - <http://www.tvalmada.pt>
- TV Alvor de Sintra - <http://tv.alvordesintra.com>
- TV Amadora - <http://www.tvamadora.pt>
- TV Azores - <http://www.tvazores.com>
- TV Barcelos – <http://www.tvbarcelos.net>
- TV Barroso – <http://www.tvbarroso.com>
- TV Beja - <http://www.tvbeja.com>
- TV Chãos - <http://www.tvchaos.com.sapo.pt>
- TV Escola - <http://www.tvescola.eu>
- TV Évora - <http://www.tvevora.com>
- TV Fátima – <http://www.tvfatima.com>
- TV Natur - <http://www.tvnatur.com>
- TV Net - <http://www.tvnet.pt>
- TV Oeiras - <http://www.tvoeiras.pt>
- TV Poejo – <http://www.tvpoejo.com>
- TV Porto d’Ave - <http://www.portodave.com>
- TV Sabores - <http://www.tvsabores.com>
- TV Seixal – <http://www.tvseixal.pt>
- TV Tejo - <http://www.tvtejo.com>
- TV Viana - <http://www.tvviana.com>
- TV Via Oceânica – <http://tv.azoresglobal.com>
- UAveiro TV – <http://www.uaveiro.tv>
- UPmedia – <http://www.upmedia.up.tv>
- USCP TV - <http://www.uscp.valedosousa.pt>
- UTAD TV - <http://www.utad.pt/pt/utadtv/>
- Vale do Sousa TV - <http://www.valedosousa.tv>
- Vila Real TV – <http://www.vilareal.tv>
- Viseu TV – <http://www.viseu.tv>
- Viver Santarém – http://santarem.o-versatil.com/municipio/index.php?option=com_content&task=view&id=80&Itemid=72
- Vólei TV - <http://www.volei.tv/store/>
- Xira TV – <http://www.xiratv.org>
- Zona TV – <http://www.zonatv.org>
- +noite tv - <http://www.maisnoitetv.com>